

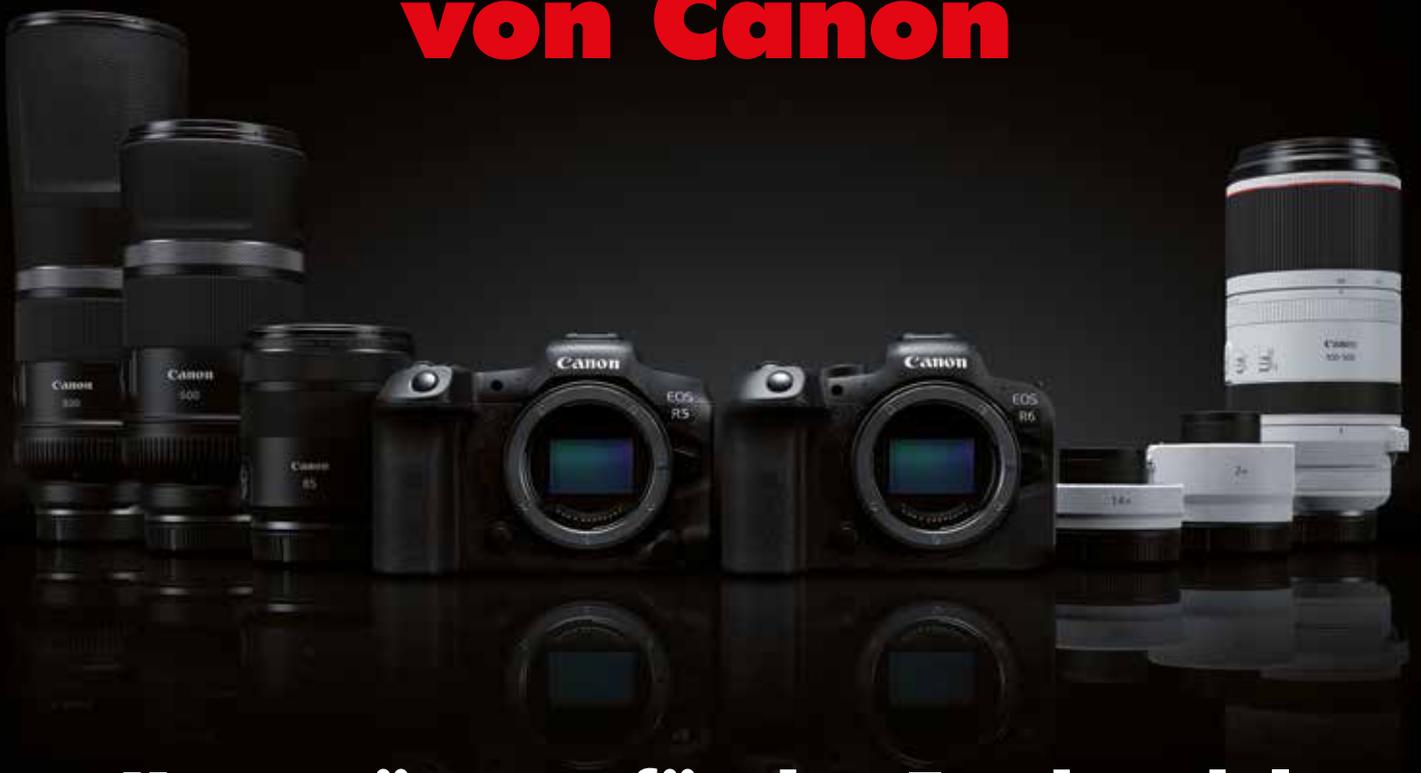
imaging + foto 12 2020

contact

Fachzeitschrift für die Fotobranche • www.foto-contact.de

Impulse für den Kameramarkt

Die Top-Seller von Canon



Unterstützung für den Fotohandel

Die photokina ist am Ende Keine Leitmesse mehr

Ausgerechnet am Schwarzen Freitag hat die Koelnmesse das Ende der photokina bekanntgegeben. Damit hat die Foto- und Imagingbranche derzeit keine Leitmesse mehr, die globale Wirkung entfaltet. **S.3**

M.Zuiko Digital ED 150-400 mm F4.5 TC1.25x IS Pro 1000 mm und mehr mit Olympus

Mit dem M.Zuiko Digital ED 150-400 mm F4.5 TC1.25x IS Pro hat Olympus ein hochauflösendes Super-Telezoom angekündigt, das mit integriertem 1,25-fach-Telekonverter einen Brennweitenbereich von 300-1000 mm (KB) abdeckt. **S.14**

Der Bildermarkt im Corona-Jahr Robust mit Chancen

Wie so viele andere Veranstaltungen fanden auch die diesjährige Mitgliederversammlung des Bundesverbandes der Großlaboratorien (BGL) sowie die traditionelle Pressekonferenz virtuell statt. **S.22**



© World Vision

Corona-Nothilfe weltweit Jetzt spenden!

Das Coronavirus verändert alles. In Deutschland und auf der ganzen Welt. Die Menschen in den ärmsten Ländern trifft es besonders hart. Aktion Deutschland Hilft leistet Nothilfe. Mit Hygienekits, Medikamenten und sauberem Trinkwasser. Helfen Sie uns, Leben zu retten. **Jetzt mit Ihrer Spende!**



Spendenkonto: DE62 3702 0500 0000 1020 30

Online spenden unter: www.Aktion-Deutschland-Hilft.de



**Aktion
Deutschland Hilft**

Bündnis deutscher Hilfsorganisationen

Die Imagingbranche hat keine Leitmesse mehr

Danke, liebe photokina!

Es hatte schon eine gewisse Symbolkraft, dass die Koelnmesse ausgerechnet am „Schwarzen Freitag“ ihre Entscheidung bekanntgab, „die Durchführung der photokina am Standort Köln vorerst auszusetzen.“ Damit endet eine Ära, in der die Kölner Weltmesse sieben Jahrzehnte lang unserer Foto- und Imagingbranche die wichtigsten Impulse gegeben hat.



Thomas Blömer, Verleger

Auch wenn das Ende der photokina mitten in der Pandemie bekanntgegeben wurde, ist die Messe nicht am Corona-Virus gestorben, sondern an verschiedenen langwierigen Vorerkrankungen. „Die Rahmenbedingungen der Branche bieten leider aktuell keine tragfähige Basis der internationalen Leitmesse für Foto, Video und Imaging“, stellte der Vorsitzende der Geschäftsführer der Koelnmesse, Gerald Böse, schonungslos fest. Kai Hillebrandt, der Vorsitzende des Photoindustrie-Verbandes, drückte sich etwas milder aus, als er in seinem Kommentar sogar ein Kompliment für die Messe-

gesellschaft unterbrachte: „Unsere Partner in Köln haben alles getan, die photokina als globale Leitmesse zu erhalten. Die damit verbundenen Erwartungen der gesamten Imaging-Community hätte die Veranstaltung aber 2022 in der Tat nicht erfüllen können. Deshalb gehen wir seitens des Verbands diesen leider unabwendbaren Schritt mit. Wir bedanken uns beim Kölner Team für großartige gemeinsame 70 Jahre.“

Die photokina ist seit 1950 immer das Ergebnis einer vertrauensvollen Partnerschaft zwischen dem Photoindustrie-Verband und der Koelnmesse gewesen. In den letzten sechs Jahren haben die Verantwortlichen viel versucht, um die absehbare Verkleinerung des Konsumentenmarktes für Foto- und Imaging-Produkte durch die Erschließung anderer Marktsegmente mit neuen Konzepten zu kompensieren. In unserem Magazin konnten Sie viel darüber lesen, und es ist müßig, jetzt nachzudenken, was warum nicht funktioniert hat. Die photokina ist jetzt Geschichte, und die Fotobranche hat keine weltweite Leitmesse mehr. Ob die Projekte in Berlin und Hamburg auch nur ansatzweise eine solche Breitenwirkung erzielen können wie die Kölner

Legende, wird sich zeigen. Zu wünschen wäre es. Gerade in diesen Tagen wird ja viel über den Sinn und Unsinn von Großmessen diskutiert. Das ist auch gut so, denn man muss bewährte Traditionen immer wieder neu bedenken. Bei allen Fragezeichen steht aber auch fest: Bisher hat noch niemand echte Alternativen aus dem Hut gezaubert, die genauso viel Öffentlichkeitswirkung und Interaktionen für eine Branche bringen können wie eine Großmesse, auf der sich der Weltmarkt trifft.

Der Abschied von der photokina ist auch für den Schreiber dieser Zeilen ein emotionaler Moment: Ich habe diese Messe erstmals Mitte der 60er Jahre an der Hand meines Vaters besucht und bin seit über 50 Jahren mit dieser großartigen Messe verbunden. Deshalb sage ich der photokina heute von ganzem Herzen: Danke! Sie war immer spannend, ich habe dort wunderbare Produkte, Technologien und Menschen kennengelernt; und ich habe dort – das sollte nicht verschwiegen werden – auch gute Geschäfte gemacht.

Dass unsere Branche bald wieder eine Plattform findet, wo man das alles tun kann, das ist mein Weihnachts- und Neujahrswunsch für unsere Leserinnen und Leser. Bitte bleiben Sie gesund!

Thomas Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

So sieht Canon den Imaging-Markt in der Pandemie „Herausforderungen gemeinsam meistern“. 8

Editorial

Die Imagingbranche hat keine Leitmesse mehr Danke, liebe photokina! 3

Wichtiges aus foto-contact.de 6, 19

Internationale Messen

Berlin Photo Week August/September 2021 Globale Ambitionen 7

Bildergeschäft

Der Bildermarkt im Corona-Jahr Robust mit Chancen 22

Handel

Photoindustrie-Verband (PIV) sieht auch Positives Fachhandel relativ stark 27

Foto Guth & Hitec hat die Pforten geschlossen Rückzug in den Ruhezustand 29

Neuheiten

Neue Mehrzweckkamera ML-105 EF von Canon Vier Millionen ISO. 13

Das neue M.Zuiko Digital ED 150-400mm 1000 mm und mehr 14

Die Zeiss ZX1 ist ab sofort verfügbar Photoshop integriert 16

Die neue Kompaktdrohne DJI Mini 2 Einfach für Einsteiger 18

Berlin Photo Week August/September 2021 Globale Ambitionen



Die Berlin Photo Week 2021 soll der globalen Imaging-Branche im nächsten Jahr die Gelegenheit bieten, ein Feuerwerk der Kreativität und Innovation zu entfachen. Das

gab die Berlin Photo Week GmbH bekannt, die von der Messe Berlin, dem IMH Imaging Media House sowie dem Gründerteam der Berlin Photo Week ins Leben gerufen wurde, um die rechtliche Grundlage zur gemeinsamen Durchführung und Weiterentwicklung des Veranstaltungsformates zu schaffen. Wolfgang Heinen, Mitgründer und geschäftsführender Gesellschafter des IMH Imaging Media House, hat die Position des CEO des neuen Unternehmens übernommen. **Seite 7**

INTERNATIONALE MESSEN

So sieht Canon den Imaging-Markt in der Pandemie „Herausforderungen gemeinsam meistern“



Trotz der Pandemie war 2020 für Canon vor allem das Jahr der Produkteinführungen von wichtigen Flaggschiff-Modellen wie der EOS-1D X Mark III, der EOS R6 und der EOS R6. Bei der Einführung so anspruchsvoller Produkte ist enge Zusammenarbeit mit dem Fachhandel unentbehrlich. imaging+foto-contact hat mit Michael Willenborg, Retail Director Imaging Technologies & Communications Group DACH bei Canon, darüber gesprochen, wie die Zusammenarbeit mit den Handelspartnern in diesem schwierigen Jahr gelaufen ist und wie es 2021 weiter gehen soll. **Seite 8**

Neue Mehrzweckkamera ML-105 EF von Canon Vier Millionen ISO



Für Anwender in industriellen Bereichen, in denen eine präzise Bilderfassung selbst bei extrem schlechten Lichtverhältnissen wichtig ist, hat Canon die Mehrzweckkamera ML-105 EF entwickelt. Der Würfel kann mit einem 2,07 Megapixel CMOS-Vollformatsensor selbst bei nahezu absoluter Dunkelheit Full HD Videos (1.080p) in Farbe aufnehmen. **Seite 13**

Das neue M.Zuiko Digital ED 150-400mm F4.5 TC1.25x IS Pro



Mit dem M.Zuiko Digital ED 150-400mm F4.5 TC1.25x IS Pro hat Olympus ein hochauflösendes Super-Telezoom angekündigt, das mit einem integriertem 1,25-fach-Telekonverter einen Brennweitenbereich von 300-1000 mm (KB) abdeckt. Mit dem optionalen M.Zuiko Digital 2-fach-Telekonverter MC-20 kann die Brennweite sogar verdoppelt werden. Gegen Verwacklungen bietet der eingebaute 5-Achsen-Sync-IS nach Herstellerangaben die weltweit stärkste Bewegungskompensation von bis zu 8 LVV-Stufen. Passend zum Objektiv gibt es ein Firmware-Update für die OM-D E-M1X, das den Intelligent Subject Detection AF der Kamera um eine Vogelerkennung erweitert. **Seite 14**

Die neue Kompaktdrohne DJI Mini 2 Einfach für Einsteiger



Die neue Mini 2 von DJI wiegt weniger als 249 Gramm, bietet aber zahlreiche Aufnahmefunktionen, starke Motoren und eine besonders zuverlässige Übertragungstechnologie. Zudem ist die Nachfolgerin der DJI Mavic Mini sehr einfach zu fliegen und erlaubt es dank intelligenter, vorprogrammierter Modi, praktisch ohne Vorkenntnisse faszinierende Bilder aufzunehmen. Damit ist sie eine gute Empfehlung für Beginner. **Seite 18**

ZUM TITELBILD

NEUHEITEN

Cewe mit leichtem Ergebnisvorsprung



Weiter gut unterwegs

Dank seines robusten Kerngeschäftsbereichs Fotofinishing hat der Bild- und Druckdienstleister Cewe in den ersten drei Quartalen 2020

einen leichten Ergebniszuwachs gegenüber dem Vorjahreszeitraum erzielt. Zwar sank der Umsatz wegen Corona-bedingter Rückgänge im Einzelhandel und im kommerziellen Online-Druck um 3,3 Prozent auf 413,3 Mio. Euro, dabei verbesserte sich das operative Ergebnis (EBIT) aber um 1,4 Mio. Euro auf -0,6 Mio. Euro. Auf das wichtige Weihnachtsgeschäft mit persönlichen Fotogeschenken sieht sich Cewe bestens vorbereitet: Die Weihnachtskampagne „Mein ganz persönliches Geschenk“ ist bereits angelaufen. Seite 24

Foto Guth & Hitec hat die Pforten geschlossen



Rückzug in den Ruhestand

Nur wenige Wochen nach dem 75jährigen Jubiläum von Foto Guth in Kappeln hat Manfred Guth Ende Oktober die Ladentür seines europafoto Fachgeschäfts für immer geschlossen.

Gleichzeitig endete auch der Betrieb des ungewöhnlichen Modeladens „Manon – Mode in den Augen einer Fotografin“ von Manon Guth. Nach 45 Jahren als „Ehepaar im Einzelhandel“ steht jetzt für beide der Ruhestand an. Seite 29

Die neue Leica Q2 Monochrom Natives Schwarz-Weiß



Die neue Q2 Monochrom bringt einen neu entwickelten, monochromen Vollformat-Sensor in die Leica Q-Reihe. Mit dem lichtstarken

Objektiv Leica Summilux 1:1,7/28 mm ASPH., schnellem, präzisiertem Autofokus und dem hochauflösenden OLED-Sucher führt die neue Kamera die Leistungsmerkmale in der Schwarzweiß-Fotografie weiter. Seite 28

Neuer Trockenschrank Jobo Mistral 3 Analog lebt



Mit dem Trend, dass die weltweite Nachfrage nach klassischen Filmen die aktuellen Fertigungskapazitäten übersteigt, gibt es auch wieder mehr Nachfrage nach Lösungen, mit denen sich die entwickelten Filme schnell, schonend und staubfrei trocknen lassen. Darauf antwortet der Analogspezialist Jobo mit dem Trockenschrank Mistral 3, einer Weiterentwicklung des bewährten, aber seit 15 Jahren nicht mehr erhältlichen Mistral 2. Seite 30

UNTERNEHMEN

Vollformat-Filmkamera FX6 von Sony
Professionelle Videos 20

Die neue Leica Q2 Monochrom
Natives Schwarz-Weiß. 28

Neuer Trockenschrank Jobo Mistral 3
Analog lebt 30

Unternehmen

Cewe mit leichtem Ergebnisvorsprung
nach drei Quartalen
Weiter gut unterwegs 24

Impressum 30

Klein- und Personalanzeigen 30

HANDEL

Immer aktuell:



www.foto-contact.de

NEUHEITEN

Wir wünschen unseren Lesern
ein schönes Weihnachtsfest
und ein erfolgreiches Jahr 2021 .



Neue Plattform auf Snapchat

Snap Inc., der Betreiber des Kameradienstes Snapchat, hat mit Spotlight eine neue Unterhaltungsplattform für benutzergenerierte Inhalte innerhalb von Snapchat eingeführt. Spotlight soll die unterhaltsamsten Snaps aus der Snapchat-Community an einem Ort zusammenbringen und den Nutzern die Chance bieten, mit ihren Werken einen Teil der täglich ausgeschütteten Preisgelder in Höhe von



von mehr als einer Million US-Dollar zu gewinnen.

Die Gewinnchance soll jeden Tag bis mindestens Ende dieses Jahres bestehen. Für die Teilnahme müssen Snapchatter mindestens 16 Jahre alt sein und gegebenenfalls die Zustimmung ihrer Eltern einholen. Details zu den Nutzungsbedingungen gibt es auf www.snap.com.

Spotlight bietet Snapchattern die Möglichkeit, ihre Geschichten mit einem breiten Publikum zu teilen. Damit will Snap die Community stärken, die jeden Tag über 4 Milliarden Snaps generiert. Um Missbrauch zu vermeiden, werden die Inhalte auf Spotlight nach Altersgruppen angemessen geteilt und entsprechend den Werten der Plattform moderiert; öffentliche Kommentare sind nicht erlaubt. Spotlight ist in Deutschland, den USA, Kanada, Australien, Neuseeland, Großbritannien, Irland, Norwegen, Schweden, Dänemark und Frankreich gestartet. Weitere Länder sollen in Kürze folgen.

Nikon Photo Contest 2020-2021

Der Nikon Photo Contest, der seit 1969 alle zwei Jahre stattfindet, ist ab sofort wieder geöffnet. Der Nikon Photo Contest 2020-21 umfasst einen Foto- und einen Kurzfilmwettbewerb. Für beide sind Teilnahmen in den Kategorien »Open« (Offen) und »Next Generation« (Die junge Generation) möglich.

Das Thema der Kategorie „Open“ ist „Connect“ (Verbinden). Die Teilnehmer sind aufgerufen, die Bedeutung und den

Neuer Vorstand beim Photo+Medienforum Kiel

Die Mitglieder des Photo+Medienforums Kiel haben mit großer Mehrheit einen neuen Vorstand gewählt. Oliver Hadji (Hapa Team) ist neuer Vorsitzender, Olaf Kreuter (Olympus) Stellvertreter. Klaus Kirchwehm (Vico Digital) kehrt als Schatzmeister in den Vorstand zurück, Studioline-Gründer Carl Prien übernimmt das Amt des Beisitzers. Aufgrund der Corona-Situation, die eine Mitgliederversammlung im gewohnten Rahmen nicht zuließ, wurde der Vorstand per Briefwahl im Block gewählt. Die neugewählten Vorstände treten die Nachfolge der 2019 gewählten Mitglieder Piet Thiele (Schneider Kreuznach, Vorsitzender), Rima Lerm-Gaidosch (Nikon, Stellvertreterin) und Markus Sommer (Hama, Schatzmeister) an, die im Januar geschlossen ihren Rücktritt erklärt hatten, aber bis zur Neuwahl im Amt geblieben waren. Der auf der Mitgliederversammlung im Sommer 2019 als Beisitzer gewählte frühere Vorsitzende Frank Döge hatte bereits kurz nach der Wahl seinen Rücktritt erklärt. Die Methode der Briefwahl führte zu einer ungewöhnlich hohen Wahlbeteiligung: 42 der 65 Mitglieder des Photo+Medienforums gaben ihre Stimme ab. 39 von ihnen stimmten für die Kandidatenliste, zwei enthielten sich, ein Mitglied stimmte dagegen. „Ich freue mich über das klare Votum und auf die Zusammenarbeit mit meinen Vorstandskollegen“, erklärte der neue Vorsitzende Oliver Hadji. „Wir werden schnellstmöglich Gespräche aufnehmen und hoffen, dass wir irgendwann in 2021 wieder einen Branchentreff in Kiel veranstalten können.“



Der neue Vorstand des Photo+Medienforums Kiel: v. l. Oliver Hadji (Vorsitzender), Olaf Kreuter (stellvertretender Vorsitzender), Klaus Kirchwehm (Schatzmeister) und Carl Prien (Beisitzer).

Stellenwert von Kommunikation sowie die Bande zu erforschen, die Menschen mit der Welt verknüpfen.

In der Kategorie „Next Generation“, die Teilnehmern im Alter von bis zu 25 Jahren offensteht, lautet das Thema „Passion“ (Leidenschaft). Die Jury ist auf der Suche nach Beiträgen, die unabhängig vom Motiv ein Gefühl von purer und hingebungsvoller Leidenschaft vermitteln. Die renommierte Wettbewerbsjury wird erneut vom Art Director Neville Brody geleitet. Beim vorherigen (37.) Wettbewerb, der im letzten Jahr sein 50. Jubiläum feierte, nahmen etwa 33.000 Fotografen aus 170 Ländern teil und reichten 97.369 Arbeiten ein. Der Wettbewerb steht allen Profi- und Amateurfotografen offen, unabhängig von Alter, Geschlecht und Nationalität. Weitere Informationen zu den Wettbewerbskategorien sowie

zur Teilnahme sind auf der Nikon Photo Contest-Website zu finden. Die Gewinner werden voraussichtlich im Juli 2021 bekanntgegeben.

Korrektur

In das Editorial der Oktober-Ausgabe von imaging+foto-contact über die Messelandschaft hat sich eine missverständliche Formulierung eingeschlichen. Die Kollegen der Medien photoscala.de und digitalkamera.de betonen, dass ihre Online-Publikationen keinesfalls unter dem Dach von Imaging Media House angesiedelt sind, sondern dieses nur die Anzeigenvermarktung übernommen hat. Inhaltlich und wirtschaftlich agieren beide Medien völlig eigenständig. Wir bitten für das Missverständnis um Entschuldigung.

Berlin Photo Week August/September 2021

Globale Ambitionen

Die Berlin Photo Week 2021 soll der globalen Imaging-Branche im nächsten Jahr die Gelegenheit bieten, ein Feuerwerk der Kreativität und Innovation zu entfachen. Das gab die Berlin Photo Week GmbH bekannt, die von der Messe Berlin, dem IMH Imaging Media House sowie dem Gründerteam der Berlin Photo Week ins Leben gerufen wurde, um die rechtliche Grundlage zur gemeinsamen Durchführung und Weiterentwicklung des Veranstaltungsformates zu schaffen. Wolfgang Heinen, Mitgründer und geschäftsführender Gesellschafter des IMH Imaging Media House, hat die Position des CEO des neuen Unternehmens übernommen.

Mit einer neuartigen Kombination von Fotografie, Video und Kunst mit Neuigkeiten und Innovationen aus der Imaging-Branche soll die Berlin Photo Week im kommenden Jahr Kreative, Künstler, Imaging-Profis, Fotoenthusiasten und Celebrities mit Medienunternehmen, führenden Marken der Imaging-Branche und vielen anderen globalen Marken zusammenbringen, die starke Bilder

als wichtigen Teil ihrer Corporate Identity betrachten.

Eigenständiges Projekt

Als konzeptionell und wirtschaftlich eigenständiges Projekt soll die Ver-



anstaltung von einer kreativen Location in der Bundeshauptstadt ausgehend mit Event-Satelliten in ganz Berlin sichtbar und erlebbar sein. Nach Angaben der Veranstalter haben viele Marken und Fotoprofis ihre Teilnahme bereits zugesagt. So erwartet die Berlin Photo Week für die im August/September 2021 geplante Veranstaltung Tausende von Teilnehmern vor Ort sowie Millionen von Online-Besuchern, die Bilder und Bildgestaltung lieben, heißt es in einer Pressemitteilung. Unterstützt wird die Berlin Photo Week durch einen Beirat aus namhaften Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Kultur und Politik sowie durch den Senat des Landes Berlin.

Kai Hillebrandt, Managing Director Consumer Electronics Panasonic DACHNL, begrüßte das neue Veranstaltungskonzept: „Das kreative und innovative Konzept der Berlin Photo

Week überzeugt uns, und wir sind als eines der führenden Imagingunternehmen gerne im nächsten Jahr als Partner mit dabei.“ Auch der Kunstmäzen und Philantrop P.C. Neumann zeigte sich erfreut: „Für mich ist die Berlin Photo Week mehr als nur ein Ereignis für Fotografie und hat seit dem letzten Jahr unglaublich vielfältige Impulse gegeben. Das Event lässt der Fantasie freien Lauf und steckt voller inspirierender Ideen rund um die Welt der Fotografie. Die Berlin Photo Week ist wie eine visuelle Reise der Leidenschaft, die alle Lebensbereiche bereichert.“

„Wir freuen uns sehr, dass die Messe Berlin Teil der Berlin Photo Week ist“, kommentierte Dr. Christian Göke, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Berlin GmbH. „Wir sind davon überzeugt, dass Berlin starke Impulse für Imaging in die ganze Welt senden wird – gesellschaftlich, wirtschaftlich und kulturell. Uns begeistert das Konzept der Berlin Photo Week vor allem auch deshalb, weil es alle Facetten der Welt der Bilder erlebbar macht.“

„Mit einem erfahrenen und begeisterten Berlin-Photo-Week-Team werden wir im kommenden Jahr ein begeisterndes Imaging-Fest veranstalten“, kündigte Wolfgang Heinen, CEO der neuen Berlin Photo Week GmbH, an. „In den Bereichen Imaging Experience, Arts & Culture und Creative City, ergänzt um eine innovative Imaging Technology Conference, werden wir mit der Unterstützung unserer zahlreichen Partner die Power of Imaging erlebbar machen.“



So sieht Canon den Imaging-Markt in der Pandemie

„Herausforderungen gemeinsam meistern“

Trotz der Pandemie war 2020 für Canon vor allem das Jahr der Produkteinführungen von wichtigen Flaggschiff-Modellen wie der EOS-1D X Mark III, der EOS R6 und der EOS R6. Bei der Einführung so anspruchsvoller Produkte ist enge Zusammenarbeit mit dem Fachhandel unentbehrlich. imaging+foto-contact hat mit Michael Willenborg, Retail Director Imaging Technologies & Communications Group DACH bei Canon, darüber gesprochen, wie die Zusammenarbeit mit den Handelspartnern in diesem schwierigen Jahr gelaufen ist und wie es 2021 weiter gehen soll.

imaging+foto-contact: Wir blicken auf ein mehr als ungewöhnliches Jahr zurück, das Hersteller, Handel und Konsumenten vor völlig neue Herausforderungen gestellt hat und noch stellt. Wie ist Canon durch dieses Jahr 2020 gekommen?

Michael Willenborg: Trotz aller Herausforderungen, die dieses Jahr für uns alle mitbringt, können wir ein positives Fazit ziehen. Denn die Lust am Fotografieren und Filmen ist trotz Pandemie ungebrochen. Zusätzlich haben Home-Office und

Home-Schooling dazu beigetragen, dass die Nachfrage an Druckern und Verbrauchsmaterialien sehr stark gestiegen ist. Wir sind kontinuierlich dabei, den Bedarf bestmöglich zu bedienen und haben im dritten Quartal einige neue Drucker vorgestellt, die noch in diesem Jahr auf den Markt kommen. Im Fotobereich standen die Neuheiten EOS R5 und EOS R6 im Fokus unserer Aktivitäten. Auch wenn viele Fotomessen und Fotofestivals aufgrund von Corona ausfallen mussten, haben wir es geschafft, durch digitale Kommunikation und spannende Inhalte die Beziehungen zu unseren Partnern und den Endkunden aufrechtzuerhalten.

imaging+foto-contact: Sie haben – ausgerechnet – in diesem Jahr ja drei neue Flaggschiffprodukte auf den Markt gebracht: Vor den spiegellosen Systemkameras EOS R5 und R6 für Profis und ambitionierte Amateure ging im Januar die EOS-1DX Mark III als klassische Profi SLR an den Start. Wie stark hat die Corona-Pandemie, die ja u.a. die für den Kameraverkauf wichtigen Reiseaktivitäten stark bremst, die Nachfrage nach diesen Spitzenmodellen beeinträchtigt?

Michael Willenborg: Wir sind sehr zufrieden mit unserem Ergebnis bisher. Unsere neuen Modelle kommen im

Markt sehr gut an – ein Einknicken der Nachfrage können wir aktuell nicht verzeichnen. Im Gegenteil, die Nachfrage ist weiterhin sehr hoch. Gerade die spiegellosen Modelle EOS R5 und EOS R6 führen die Bestenlisten der einschlägigen Fachmedien an, und wir sind die Nummer Eins im Bereich der Vollformat-Kameras mit Wechselobjektiven. Zudem freuen wir uns über die Auszeichnung des Bundesverbandes Technik des Einzelhandels (BVT), der die EOS R5 und EOS R6 als Top-Produkte des Jahres ausgezeichnet hat.

imaging+foto-contact: Wie haben Ihre Handelspartner auf die Neuheiten reagiert, die ja unter den aktuellen Umständen anders vermarktet werden müssen als zu normalen Zeiten?

Michael Willenborg: Die Kameras sind im Handel sehr gut angekommen. Trotz der Herausforderungen, vor denen wir in diesem Pandemie-Jahr standen, haben wir uns sehr gezielt auf die Einführung der Kameras und den Support unserer Partner konzentriert. Wenn die Corona-Regularien es erlaubt haben, waren wir physisch bei unseren Händlern und deren VIP Kunden präsent. Zu nennen ist hier unser Händler-Launch-Event, das wir live aus unserer Zentrale in Krefeld



Michael Willenborg, Retail Director Imaging Technologies & Communications Group DACH bei Canon: „Eine Herausforderung wie die Corona-Pandemie kann man nur meistern, wenn die Beziehung zwischen Hersteller und Handel intakt ist.“

gestreamt haben. Unsere Experten-Teams waren zudem in Deutschland unterwegs, und wir haben unsere Produktneuheiten bei Dealer VIP Tables ausführlich den wichtigsten Kunden unserer Partner vorgestellt. Wir haben unsere Händler zudem mit digitalen Inhalten unterstützt, die wiederum für Online Auftritte, Social Media Kanäle oder Händler-Web-



Die Canon Vollformat-Neuheiten EOS R5 und R6 wurden vom BVT als einzige Kameras in die Top Ten der besten Technikprodukte 2020 aufgenommen. Zuvor hatte die EOS R5 bereits den EISA Award als beste Camera Innovation 2020-2021 gewonnen.

Interview

seiten genutzt werden konnten. Dabei profitieren wir davon, dass wir bereits vor der Pandemie viel Erfahrung in den Bereichen digital Content und digitales Trade Marketing gesammelt haben. So fiel uns die Umstellung zu Beginn der Pandemie leicht. Von dieser Agilität haben auch unsere Handelspartner profitiert.

imaging+foto-contact: Mit der PowerShot Zoom haben Sie im Oktober eine ungewöhnliche Kompaktkamera vorgestellt. Wie haben der Fotohandel und die Konsumenten auf dieses innovative Konzept reagiert?

Michael Willenborg: Die PowerShot Zoom ist eines der Concept Modelle, die Canon im Rahmen der

CES in Las Vegas und auf der CP+ 2019 vorgestellt hat. In Japan wurde die Kamera per Crowdfunding eingeführt. Bei diesem Modell geht es darum, Imaging neu und unkonventionell zu denken und auch die Grenzen dessen, was möglich ist, neu zu definieren, um dem Markt neue Impulse zu geben. Durch unsere jahrzehntelange

Die Canon Winterkampagne

Unter dem Motto „Entdecke die Farben des Winters“ startet Canon ab sofort eine Winter-Kampagne, bei der Kunden bis zu 300 Euro Sofort-Rabatt bekommen können. Außerdem geht das beliebte Wintermagazin von Canon in die nächste Runde und kann von Foto-Fans entweder digital heruntergeladen oder als gedrucktes Heft kostenlos im teilnehmenden Handel mitgenommen werden. Ein Fotowettbewerb der Canon Academy zum besten Winterfoto sowie eine Social-Media-Kampagne runden die diesjährige Winter-Aktion ab.



Kunden können ab sofort von bis zu 300 Sofort-Rabatt profitieren, wenn sie bis zum 17. Januar 2021 an der Winterpromotion von Canon teilnehmen. Unter den Aktionsprodukten finden sich die Spiegelreflex-Modelle EOS 6D Mark II und die EOS 5D Mark IV, die spiegellosen Vollformatkameras EOS R und EOS RP, 16 EF und RF Objektive sowie verschiedene Pixma-Drucker. Die Winterpromotion ist zudem mit allen weiteren Canon Promotionen kombinierbar.

Unterstützt wird die Aktion durch eine Social-Media-Kampagne sowie umfassende Maßnahmen im stationären Handel am PoS und im Canon Newsletter. Ein auf die Winterkampagne abgestimmtes 18-seitiges Magazin vermittelt zudem Inspirationen für das Fotografieren in der kalten Jahreszeit.

Zudem ruft die Canon Academy die Community auf, ihre schönsten Aufnahmen bei einem Fotowettbewerb einzureichen. Drei hochwertige Preise gibt es zu gewinnen:

1. Platz: 1x Individualworkshop inkl. Portfolioreview mit Radomir Jakubowski
2. Platz: 1x EF 70-300 f/4-5.6 IS II USM – hochwertiges Zoom-Objektiv mit Nano USM, das sich ideal für die Natur- und Sportfotografie eignet
3. Platz: 1x Canon Academy Gutschein im Wert von 100 Euro

„Ich freue mich, dass unsere Sofort-Rabatt-Aktion auch dieses Jahr wieder Kernbestandteil unserer Winterkampagne ist“, sagte Guido Jacobs, Country Director ITCG bei Canon DACH. „Wir möchten unsere Handelspartner im wichtigen Vorweihnachtsgeschäft bestmöglich unterstützen. Unser Magazin liefert zudem Inspirationen und Tipps, wie die einzigartige Farbenwelt des Winters eingefangen und fotografisch zum Ausdruck gebracht werden kann. Denn der Winter hat seine ganz eigene, magische Bildsprache.“

Erfahrung in Entwicklung und Konzeption von optischen Systemen ist es gelungen, trotz der unglaublichen Kompaktheit der Kamera eine top Bildqualität abzuliefern. Die PowerShot Zoom ist seit November verfügbar, und, die ersten Reaktionen aus dem Markt sind positiv.

imaging+foto-contact: Welche Rolle spielen Kompaktkameras überhaupt noch? Abgesehen von der PowerShot Zoom gab es in diesem Segment ja lange nichts Neues; die PowerShot G7 X Mark III wurde ja schon im Juli 2019 vorgestellt...

Michael Willenborg: Im Segment der Kompaktkameras zeichnen sich deutliche Wachstumstrends in verschiedenen Bereichen ab. Vor allem Content Creators und Vlogger können von Kompaktkameras im handlichen Gehäuse profitieren, wenn diese hochwertigen Videofeatures bieten. Auch die Pandemie hat ja deutlich gezeigt, dass unsere Gesellschaft auf visuelle Kommunikation nicht mehr verzichten kann; das betrifft das private Umfeld sowie das Business Umfeld gleichermaßen. In Verbindung mit Video-Streaming Lösungen, z. B. unsere EOS Webcam Utility, wird aus einer Kompaktkamera die ideale Webcam für Videokonferenzen auf ausgezeichnetem Bildniveau. Durch den Digitalisierungsschub, den wir derzeit durch Corona erleben, haben wir jetzt die angenehme Aufgabe, Unternehmen und Bildungseinrichtungen bei ihrem Digitalisierungsvorhaben zu beraten und sie mit der richtigen Technik auszustatten. Als einziger Anbieter im Fotomarkt können wir Kameras, Drucker und Workflow-Software-Lösungen aus einer Hand anbieten und für jede Anforderung auch skalierbar machen.

imaging+foto-contact: Die Corona-Pandemie hat den stationären Einzelhandel vor allem im Frühjahr stark getroffen.

Konnten Sie Ihren Partnern helfen? Welche Maßnahmen habe sich dabei als besonders wirksam erwiesen?

Michael Willenborg: Für Canon war und ist wichtig, gerade jetzt weiterhin für unsere Partner auf dem gewohnt hohen Niveau da zu sein. Deshalb haben wir unsere Handelspartner nach der Anordnung zur Geschäftsschließung Mitte März in vielfältiger Weise unterstützt. Diese Maßnahmen reichten von sehr pragmatischen Dingen wie der Bereitstellung von Handschuhen, Masken und Hygienestationen, die vor allem während der ersten Welle nur schwer erhältlich waren, bis hin zu Aktionen, die dazu beitrugen, dass unsere Partner während der Geschäftsschließungen mit ihren Kunden in Kontakt bleiben konnten. Andere Aktivitäten wurden auf die individuellen Bedürfnisse der betreffenden Partner abgestimmt und umfassten Webinare, die in der Canon Dealer App abrufbar waren, fachspezifische Seminare für digitales Marketing, Content der Canon Academy und On-Demand Services wie die telefonische Beratung durch unsere Experten.

imaging+foto-contact: Wie hat die Corona-Pandemie Ihre Zusammenarbeit mit dem Fachhandel verändert? Eine Zeitlang waren ja Besuche durch den Außendienst praktisch unmöglich. Konnten Sie diese durch digitale Kommunikation ersetzen? Haben die Fachhändler die digitalen Medien angenommen? Welche Rolle wird digitale Kommunikation in Zukunft spielen?

Michael Willenborg: Um eine derart beispielsweise Pandemie zu bewältigen, muss man als Team zusammenarbeiten. Denn eine solche Herausforderung kann man nur meistern, wenn die Beziehung zwischen Hersteller und Handel intakt ist. Ich denke, wir haben dabei erneut unter Beweis gestellt, dass wir ein zuverlässiger Partner sind.

Dieses Vertrauen spiegeln unsere Partner auch zurück. Fest steht allerdings auch: Wir werden noch lange mit den Auswirkungen der Pandemie leben und auch weiterhin flexibel sein müssen. Daher werden auch digitale Kommunikationsformen weiterhin eine wichtige Rolle in den Hersteller-Händler-Kunden Beziehungen spielen.

imaging+foto-contact: Welche Erwartungen haben Sie für 2021? Rechnen Sie mit einer Normalisierung der Beziehungen zum Fotohandel? Wo werden die Schwerpunkte in der Zusammenarbeit mit Ihren Handelspartnern liegen? Welche Unterstützungsmaßnahmen haben Sie geplant? Welche Akzente sind 2021 bei der Produktpolitik von Canon zu erwarten?

Michael Willenborg: Im nächsten Jahr wird es auch weiterhin darum gehen, in einer unübersichtlichen Pandemie-Entwicklung flexibel zu bleiben. Sofern es keine weiteren Geschäftsschließungen gibt, können wir optimistisch in das neue Geschäftsjahr blicken. Dabei können sich unsere Handelspartner auf weitere Unterstützung verlassen. Zusammen mit ihnen werden wir weiterhin die Bedeutung und die Wichtigkeit des Handels und die Beratung vor Ort fördern, wenn es darum geht, die Innenstädte wieder mit Leben zu füllen.

Wir haben weiterhin die Ambition, die besten Produkte im Markt zu liefern und die vielfältigen Anforderungen unserer Kunden zu erfüllen. Hier handeln wir im Einklang mit unserer Full-Line-Up-Strategy: Das bedeutet, für jeden Anwender – vom Einsteiger bis zum Profi – und für jede Anwendung die richtige Kamera anzubieten.

imaging+foto-contact: Herr Willenborg, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.



Medienfachwirt Digital (IHK)

neuer Kurs in Kiel

Der Medienfachwirt Digital ist eine Weiterbildung für Medienexperten, die im Anschluss eine Prüfung vor der IHK ablegen. Als "Geprüfte/r Medienfachwirt/in (IHK)" sind die TeilnehmerInnen für die Erstellung hochwertiger Informations- und Marketingmaterialien zuständig. Dieser Abschluss vereint die kreative Seite der Medienbranche mit betriebswirtschaftlichem Handeln.

INFOS

- Start 04.06.2021
- 18 Monate Lehrgang berufsbegleitend
- Wochenendseminare und Onlineschulung
- Ihr Zeitaufwand: etwa 10 Stunden pro Woche

- 5500,- Euro (zzgl. Prüfungsgebühren)
- Übernachtung und Verpflegung im angeschlossenen Wohnheim an den Wochenenden möglich
- Förderung durch Aufstiegs-BAföG



INHALTE

- Rechtsbewusstes Handeln
- Betriebswirtschaftliches Handeln
- Kommunikation und Planung im Betrieb
- Digitalmedienproduktion
- Digitalmedienkalkulation
- Personalmanagement
- Marketing
- Kosten - und Leistungsrechnung
- Medienrecht

INFOS

www.photomedienforum.de
mail@photomedienforum.de
0431 57 97 00

Ein Angebot vom

Photo+Medienforum Kiel
Feldstraße 9-11
24105 Kiel
www.photomedienforum.de



PHOTO+MEDIENFORUM KIEL
Aus- und Weiterbildung

Neue Mehrzweckkamera ML-105 EF von Canon

Vier Millionen ISO

Für Anwender in industriellen Bereichen, in denen eine präzise Bilderfassung selbst bei extrem schlechten Lichtverhältnissen wichtig ist, hat Canon die Mehrzweckkamera ML-105 EF entwickelt. Der Würfel kann mit einem 2,07 Megapixel CMOS-Vollformatsensor selbst bei nahezu absoluter Dunkelheit Full HD Videos (1.080p) in Farbe aufnehmen.

Die Mindest-„Beleuchtung“ von nur 0,0005 Lux ist alles andere als hell: Sternenlicht z. B. ist weniger als 0,03 Lux stark, Mondlicht zwischen 0,2 und 1,0 Lux. Dadurch eignet sich die ML-105 EF ideal für die Aufnahme klarer Bilder bei Nacht. Neben den klassischen Einsatzfeldern in industriellen Bereichen wie Verkehr, Smart City und Logistik werden damit auch spezielle Aufgaben im Freien, z. B. im Naturschutz, übernommen werden. Dazu ist das staub-, stoß-, vibrations- und wasserbeständige Gehäuse auch bei extremen Temperaturen im Bereich von -20 °C bis über 50 °C einsetzbar. Für den mobilen Einsatz ist ein robuster ODU-Anschluss vorhanden. Mit einem Gewicht von ca. 800 Gramm und Abmessungen von ca. 76 x 76 x



Mit den langen Brennweiten aus dem EF Sortiment von Canon kann die ML-105 EF Motive in Hunderten von Metern Entfernung erfassen.

112 mm ist die ML-105EF rund 30 Prozent leichter und 50 Prozent kleiner als das Vorgängermodell ME20F-SH aus dem Jahr 2015.

Mit EF Bajonett

Mit ihrem EF Bajonett ist die ML-105 EF mit zahlreichen EF Objektiven kompatibel und kann nahtlos in Standard-Workflows integriert werden. So ist sie auch für Aufnahmen von weit entfernten Motiven gut geeignet, denn sie passt zu den EF Superteleobjektiven von Canon, um auch bei extrem wenig Licht Motive in Hunderten von Metern Entfernung zu erfassen. Auch Filter von Drittanbietern, z. B. IR-Sperr-, Bandpass-, IR-Pass- und ND-Filter können mit der ML-105 EF verwendet werden. Die Ausgabe der Videos erfolgt über einen SDI-Anschluss, die am häufigsten verwendete Videoausgabeschnittstelle. So können die Filme problemlos in vorhandenen Infrastrukturen weiterverarbeitet werden.



Mehrere Modelle

Neben der ML-105 EF erweitert Canon sein Sortiment von Mehrzweckkameras und weitere leichte Modelle: die ML-105 M58, die ML-100 EF und die ML-100 M58. Alle drei sind so kompakt wie die ML-105 EF. Die ML-105 M58 bietet ebenfalls SDI-Konnektivität, verwendet allerdings ein M58 Bajonett. Die Modelle ML-100 EF (mit Canon EF Bajonett) und die ML-100 M58 (mit M58 Bajonett) nutzen zur Systemanbindung ein CoaXPress All-in-one-Kabel.

Das neue M.Zuiko Digital ED 150-400 mm F4.5 1000 mm und mehr

Mit dem M.Zuiko Digital ED 150-400 mm F4.5 TC1.25x IS Pro hat Olympus ein hochauflösendes Super-Telezoom angekündigt, das mit einem integrierten 1,25-fach-Telekonverter einen Brennweitenbereich von 300-1000 mm (KB) abdeckt. Mit dem optionalen M.Zuiko Digital 2-fach-Telekonverter MC-20 kann die Brennweite sogar verdoppelt werden. Gegen Verwacklungen bietet der eingebaute 5-Achsen-Sync-IS nach Herstellerangaben die weltweit stärkste Bewegungskompensation von bis zu 8 LW-Stufen. Passend zum Objektiv gibt es ein Firmware-Update für die OM-D E-MIX, das den Intelligent Subject Detection AF der Kamera um eine Vogelerkennung erweitert.

Die aufwendige Linsenkonstruktion des M.Zuiko Digital ED 150-400 mm F4.5 TC1.25x IS Pro besteht aus 28 Elementen in 18 Gruppen, darunter eine neu entwickelte Extra-low Dispersion asphärische Linse mit großem Durchmesser und vier Super-Extra-low Dispersion-Linsen. Sie sollen auch bei einem Objektiv mit großem Durchmesser und fester Blende F4.5 über den



gesamten Zoombereich Reflexionen und Farbverläufe reduzieren und eine hervorragende Auflösung bis an die Bildränder sicherstellen. Dank der von Olympus entwickelten Z Coating Nano-Technologie soll das auch bei schwierigen Aufnahmeumgebungen, zum Beispiel bei Gegenlicht, funktionieren. Trotz der langen Brennweite liegt die Naheinstellgrenze über den gesamten Zoombereich bei 1,3 m, die maximale Bildvergrößerung von 0,57x

bei Nahaufnahmen wird bei Verwendung des eingebauten Telekonverters für echte Telemakroaufnahmen auf 0,71x erhöht.

Kompakt, leicht und wetterfest

Das Objektivgehäuse des M.Zuiko Digital ED 150-400 mm F4.5 TC1.25x IS Pro besteht aus einer Magnesiumlegierung. Die Gegenlichtblende wird aus leichter Kohlefaser gefertigt, um zu verhindern, dass sich der Schwerpunkt des Objektivs bei ihrer Verwendung zum Ende hin verschiebt. Die Verwendung hochwertiger Materialien in allen Bereichen des Objektivs trägt gemeinsam mit der Eigenschaften des MFT-Standards dazu bei, eine Baulänge von nur 314,3



Mit einer Baulänge von 314,3 mm und einem Gewicht von 1.875 g ist das neue Supertelezoom trotz seines Leistungsprofils vergleichsweise kompakt und leicht.

TC1.25x IS Pro

mm und ein Gewicht von 1.875 g zu erreichen. Das Objektiv ist wie die OM-D E-M1X staub- und spritzwassergeschützt sowie frostsicher. Die helle, hitzebeständige Beschichtung des Tubus reflektiert die Infrarotstrahlen des Sonnenlichts, um bei heißem Wetter einen zu starken Temperaturanstieg im Inneren des Objektivs zu verhindern. Das Frontelement des Objektivs ist mit einer besonders glatten Fluorbeschichtung versehen, die gegen Kratzer schützt und die Reinigung erleichtert.

5-Achsen-Sync-IS Bildstabilisierung

Das M.Zuiko Digital ED 150-400 mm F4.5 TC1.25x IS Pro unterstützt den 5-Achsen-Sync-IS, der bei einer Brennweite von 300 mm (Kb) die nach Angaben von Olympus weltweit stärkste Bildstabilisierung von 8 LW-Stufen bietet. Selbst bei der Erweiterung des

Der 5-Achsen-Sync-IS des M.Zuiko Digital ED 150-400 mm F4.5 TC1.25x IS Pro bietet nach Angaben von Olympus die weltweit stärkste Bildstabilisierung.



Telebereichs auf bis zu 2.000 mm (Kb) durch Verwendung des optionalen Telekonverters MC-20 zeigt die Bildstabilisierung immer noch Wirkung. Die über den gesamten Zoombereich hohe Präzision des Autofokus' wird durch den Einsatz besonders leichter Fokussierlinsen unterstützt, für deren Herstellung Olympus eine eigene Technologie entwickelt hat.

Das außergewöhnliche Objektiv ist ab Ende Januar zum Preis von 6.999 Euro

(UVP) erhältlich. Zum Lieferumfang gehören die Gegenlichtblende LH-115, der weich gepolsterte Trageriemen CSS-P121 aus rutschfestem, luftdurchlässigem Netzmaterial sowie der Objektivdeckel LC-115 Cap.

Als separates Zubehör ist der Schutzfilter Zuiko PRF-ZD95 Pro aus leicht zu reinigendem, fluorbeschichtetem, schwarz umrandetem Glas mit satiniertem, blendminderndem, schwarzem Aluminiumrahmen und Zero-Beschichtung zur Unterdrückung von Reflexionen und Geisterbildern für 299 Euro (UVP) erhältlich.

Firmware mit Vogelerkennung

Damit die die OM-D E-M1X das Potenzial des neuen Superteleobjektivs voll nutzen kann, stellt Olympus ab dem 3. Dezember ein Firmware-Update bereit. Die Version 2.0 erweitert den mit auf KI basierender Deep-Learning-Technologie entwickelten Intelligent Subject Detection AF um eine Funktion zur Vogelerkennung (Bird Detection). Damit erkennt die Kamera zahlreiche Vögel unterschiedlicher Art und Größe, um bei der Aufnahme die Fokuspriorität auf das Auge des geflügelten Motivs zu legen oder auf die Erkennung und Verfolgung des Kopfes oder Körpers umzuschalten, wenn das Sehorgan nicht erkannt werden kann. Das funktioniert nachAnga-

ben von Olympus selbst dann, wenn Bäume, Pflanzen und andere Hindernisse zwischen Fotograf und Motiv geraten – und zwar mit allen M.Zuiko Digital-Objektiven über den gesamten AF-Bereich und bis zur Peripherie des Bildfelds erfasst werden.

Die Vogelerkennung kann auch in Verbindung mit der Pro Capture Funktion verwendet werden, die besonders bei Tierfotografen beliebt ist. Pro Capture eliminiert praktisch die Auslöseverzögerung, indem bereits vor dem vollständigen Drücken des Auslösers aufeinanderfolgende Einzelbilder aufgenommen werden.

Die neue Firmware enthält auch verschiedene funktionelle Verbesserungen.

So können 4K 30p/25p/24p und Cinema 4K 24p Videos als 12-bit RAW-Daten im ProRes RAW-Format auf dem Atomos Ninja V HDR Monitor/Recorder gespeichert werden. Dafür ist auch ein Update auf die neueste Ninja V Firmware nötig: <https://www.atomos.com/firmware/ninja-v> Der Algorithmus für die Bildstabilisierung bei Videoaufzeichnungen wurde für die neue Firmware überarbeitet, um natürlichere Aufnahmen mit minimalen Verwacklungen auch bei größeren Schwenks zu erreichen. Eine neue Fokus-Anzeige ermöglicht bei manueller Fokussierung die schnelle Überprüfung der Fokusrichtung und der ungefähren Fokuspriorität.

Die Zeiss ZX1 ist ab sofort verfügbar

Photoshop integriert



Das minimalistische Design macht die Zeiss ZX1 unverwechselbar

Damit haben die Nutzer die Möglichkeit, RAW-Bilder direkt in der Kamera zu bearbeiten. „Das Konzept der Zeiss ZX1 ermöglicht neue Wege in der digitalen und vernetzten Fotografie“, kommentierte Jörg Schmitz, Leiter von Zeiss Consumer Products, den lange erwarteten Verkaufsstart. „Die Zeiss ZX1 verbindet das Potenzial und die überlegene Bildqualität einer Vollformat-

kamera mit dem mobilen Erlebnis und der intuitiven Nutzung von Smartphones für die Fotografie. Wir haben noch einmal intensiv am ganzheitlichen Workflow und der reibungslosen Integration von Hard- und Software gearbeitet und sind überzeugt, dass sich das Warten gelohnt hat.“ Das Zusammenspiel von Objektiv und Sensor soll eine Bildqualität ermöglichen, die von außergewöhnlicher Schärfe und sehr natürlichen Farben

geprägt ist. Dazu kommt der z. B. von den Zeiss Batis Objektiven bekannte typische Zeiss Charakter, den der Hersteller „3D-Pop-Effekt“ nennt, weil sich das besonders scharfe Hauptmotiv bei weit geöffneter Blende mit einem harmonischen Bokeh geradezu plastisch von den anderen Bereichen abhebt. Der nahezu geräuschlose Verschluss erlaubt das Fotografieren, ohne die Atmosphäre des Ereignisses zu beeinträchtigen.

Intuitive Bildbearbeitung

Die Zeiss ZX1 ermöglicht die professionelle Verarbeitung von RAW-Bildern direkt in der Kamera. Möglich wird das mit der vollständig integrierten Adobe Photoshop Lightroom App und dem mit 4,3 Zoll Diagonale großzügig bemessenen Multi-Touch-Display, das Platz für die einfach anzuwendenden Werkzeuge, Regler und Presets bietet. Durch den leicht geknickten Bildschirm ist die Bedienung besonders komfortabel, weil die Kamera sehr gut in der Hand liegt. Zum Lieferumfang gehört ein einjähriges Lightroom-Abonnement inklusive



Das mit 4,3 Zoll Diagonale großzügig bemessene Multi-Touch-Display ist leicht geknickt und deshalb sehr gut zu bedienen.

1 TB Cloud-Speicher. Die übersichtliche Benutzeroberfläche unterstützt den individuellen Workflow mit direktem Zugriff auf die am häufigsten verwendeten Funktionen.

Der 512 GB umfassende interne Speicher bietet Platz für fast 7.000 RAW-Dateien oder mehr als 50.000 JPGs. Multifunktionale Schnittstellen wie WiFi, Bluetooth und USB-C machen es nicht nur möglich, Peripheriegeräte anzuschließen und Software-Updates ohne externe Computer-Verbindung durchzuführen, sondern erleichtern auch das schnelle Teilen der Aufnahmen. Denn die ausgewählten Bilder können direkt aus der Kamera in die Cloud oder auf Social-Media-Kanäle hochgeladen werden. „Die Kamera wendet sich an ambitionierte Amateure und professionelle Kreative, die ihre fotografischen Erfahrungen schnell und effizient umsetzen und mit ihren Fotografien im Netz begeistern“, erklärte Dr. Ulrich Wagemann, Projektverantwortlicher für die Zeiss ZX1. „Dies erfordert einen perfekten Workflow, und das ist der Grund, warum wir konzeptionell neue Wege gehen.“ Das minimalistische Design der Zeiss ZX1 wurde bereits mit internationalen Designpreisen ausgezeichnet und passt gut zum innovativen, ambitionierten Konzept der Kamera.



Der Musikfotograf und Videoregisseur Greg Watermann lobte besonders die Detailtrennung in den Lichtern und Tiefen der Fotos.

Von Profis getestet

Die Zeiss ZX1 wurde bereits von zahlreichen Fotografen getestet, deren Feedback in die Weiterentwicklung des Kamerakonzepts eingeflossen ist. Einer der ersten Nutzer des neuen Modells war der Musikfotograf und Videoregisseur Greg Watermann, der seine Erfahrungen beim Fotografieren der Straßen von Miami Beach so zusammenfasst: „Die Bildqualität des Zeiss Sensors ist wahnsinnig hoch und liefert einen Detailgrad, der viel höher ist, als ich erwartet habe. Und ich liebe das Objektiv – es reagiert genau wie die andere lichtstarken 35-mm-Objek-

tive von Zeiss. Auch die Farben sind wunderschön, und die Detailtrennung in den Lichtern und Tiefen ist hervorragend.“

Der schwedische Fotograf Hans Strand bestätigt diesen Eindruck: „Die Details und die Farbwiedergabe sind auch im JPEG-Format mit dieser Kamera ausgezeichnet. Bei der Arbeit an den RAW-Files versuche ich, sie so schön aussehen zu lassen wie die JPEGs aus der Kamera, die sofort verwendet werden können.“ Für die Anwendung bei der Reise- und Streetfotografie vermisst der Experte Csaba Desvari die Möglichkeit, das Objektiv zu wechseln, überhaupt nicht: „Das Leben wartet manchmal nicht darauf, dass man das richtige Equipment bereit hat“, stellte er fest. „Deshalb gibt mir die Kamera mit dem Festobjektiv die Freiheit, einfach nur Fotograf zu sein und mich von der Rolle des Gadget-Gurus zu lösen, der die Hardware ständig wechseln muss.“

Die Zeiss ZX1 ist ab sofort bei ausgewählten Fachhändlern in Deutschland zum Preis von 6.000 Euro (inkl. MwSt.) erhältlich.



Diese Aufnahme des schwedischen Fotografen Hans Strand gibt einen Eindruck vom harmonischen Bokeh, das vom lichtstarken Distagon 35 mm f/2 T* erzeugt wird.

Die neue Kompaktdrohne DJI Mini 2

Einfach für Einsteiger



Die neue Mini 2 ist kompakt und leicht, wurde aber gegenüber dem Vorgängermodell Mavic Mini deutlich verbessert.

Die neue Mini 2 von DJI wiegt weniger als 249 Gramm, bietet aber zahlreiche Aufnahmefunktionen, starke Motoren und eine besonders zuverlässige Übertragungstechnologie. Zudem ist die Nachfolgerin der DJI Mavic Mini sehr einfach zu fliegen und erlaubt es dank intelligenter, vorprogrammierter Modi, praktisch ohne Vorkenntnisse faszinierende Bilder aufzunehmen. Damit ist sie eine gute Empfehlung für Beginner.

Wie die ursprüngliche Mavic Mini lässt sich die DJI Mini 2 für den Transport auf ein handliches Maß zusammenfallen und fällt als Leichtgewicht im Rucksack kaum auf. Flugeigenschaften, Funktionen und Bedienung wurden im Vergleich zum Vorgänger spürbar verbessert. So sorgt die OcuSync 2.0 Übertragungstechnologie von DJI für

eine stabile, lange und zuverlässige Verbindung zwischen Fernsteuerung und Drohne, und zwar mit einer Reichweite von bis zu 6 km – mehr als dreimal so weit wie beim Vorgänger. Um Störungen zu vermeiden, wechselt die Zweikanaltechnologie automatisch zwischen den Frequenzen. Dank der verbesserten Motoren reicht eine Akkuladung für bis zu 31 Minuten Flugzeit. Dabei beschleunigt die neue Drohne schneller als die Vorgängerin, erreicht eine höhere Spitzengeschwindigkeit und hält Windgeschwindigkeiten von bis zu 38 km/h stand.

„Die Mavic Mini war ein monumentaler Durchbruch für DJI und für Drohnenpiloten auf der ganzen Welt, da die beispiellose Kombination aus Gewicht, Sicherheit und Preis-Leistungs-Verhältnis der Einstieg für zahlreiche neue Drohnenpiloten und Liebhaber wurde“, sagte Roger Luo, Präsident von DJI. „DJI Mini 2 verbessert diese Schlüsselaspekte und bietet eine nochmals gesteigerte Leistung in einem attraktiven, kleinen Formfaktor in der sichersten Drohnenkategorie, die

perfekt für Anfänger geeignet ist und auch erfahrene Piloten beeindruckt wird.“

Einfach und sicher

Da die DJI Mini 2 für Kunden entwickelt wurde, die ohne viel Aufwand Spaß am Fliegen haben möchten, ist sie einfach zu bedienen, bietet aber trotzdem ein hohes Maß an Sicherheit. So sendet die Kamera Livebilder an das Mobiltelefon, damit man beim Fliegen nicht nur genau sehen kann, wo sich die Drohne befindet, sondern auch, was vor ihr liegt. Dabei verfolgt GPS präzise den Standort, während die Sichtsensoren auf der Unterseite den



Wie die Mavic Mini lässt sich die DJI Mini 2 auf ein handliches Maß zusammenfallen.

Boden analysieren und das Fluggerät bei der automatischen Landung unterstützen. Wie alle DJI-Drohnen kann die Neue dank ausgereifter Positionierungs- und Sichtsensoren präzise auf der Stelle schweben. Zu den von DJI bekannten Sicherheitsmerkmalen gehören Geofencing, um das Gerät von sensiblen Bereichen wie Flughäfen fernzuhalten, die automatische Rückkehr und ein Höhenlimit.

Gute Fotos, stabile Videos

Für die Bildaufnahme ist die DJI Mini 2 mit einem 12 Megapixel 1/2,3"-Sensor ausgestattet und kann 4K/30fps Videos mit 100 MBit/s aufzeichnen. Zudem können auch Fotos als Standard-JPEG und als RAW gespeichert werden. Die Gimbal-Technologie von DJI kompensiert Drohnenbewegungen, Wind und andere Ursachen für unruhige bzw. verwackelte Bilder. Bei Full HD Videos (1080p) steht eine digitale 4-fach Zoom-Funktion (2-fach in verlustfreier Qualität) zur Verfügung. Vorprogrammierte Modi machen es einfach, professionell anmutende Videos aufzunehmen. So kann die DJI Mini 2 rückwärts und aufwärts fliegen, während die Kamera automatisch auf das Motiv ausgerichtet bleibt; dafür können Höhenlimits von 25, 30, 35 oder 40 Meter festgelegt werden. In einem anderen Modus fliegt die Drohne aufwärts, während sie sich spiralförmig um das Motiv bewegt. Bei der Funktion Rocket steigt die DJI Mini 2 schnell in die Luft, während die nach unten gerichtete Kamera dem Motiv folgt. Der Kopter kann auch das Motiv in konstanter Höhe und Entfernung umkreisen oder einen Bumerang-ähnlichen ovalen Flugweg um das Motiv fliegen und dabei das Video an derselben Stelle starten und stoppen. Auch eine Panorama-Funktion für eine

besonders Perspektive steht zur Verfügung, ebenso ein Modus Sphäre, in dem die DJI Mini 2 automatisch 26 Bilder aufnimmt und sie zu einem Foto zusammensetzt. Dazu kommen eine 180° Funktion für Landschaftsbilder, ein Weitwinkel-Modus, bei dem 3x3 Bilder aufgenommen und anschließend zu einem Foto kombiniert werden, und andere Fotomodi für unterschiedliche Szenarien. Auch Bracketing und HDR sind an Bord.

Gut vernetzt

Mit zeitgemäßen Netzwerkfunktionen und der DJI Fly App lassen sich die Bilder schnell und unkompliziert in sozialen Medien teilen. Dazu kann man ein Mobiltelefon ohne Fernsteuerung direkt mit der Drohne verbinden und Aufnahmen mit der hohen Geschwindigkeit von 20 MB/s herunterladen, bearbeiten und versenden. Videos lassen sich in Segmente aufteilen und als Clips herunterladen, die nur die gewünschten Inhalte enthalten.

Für die Mini 2 bietet DJI neues Zubehör an, darunter eine Umhängetasche, eine Ladestation, die den Kopter in einer beleuchteten Vitrine zeigt, ein Kreativset für das Personalisieren der Drohne mit Aufklebern und eine Adapter-Klemme für den Anschluss eines kleinen LED-Bildschirms, auf dem Nachrichten geschrieben werden können.

Umfassenden Schutz mit bis zu zwei Austauschgeräten innerhalb eines Jahres bietet für eine zusätzliche Gebühr die DJI Care Refresh Versicherung. Der 2-Jahres-Plan sieht drei Austauschgeräte innerhalb von 24 Monaten vor. DJI Care Refresh umfasst auch einen VIP-Kundenservice sowie kostenlosen Versand in beide Richtungen.

Die DJI Mini 2 ist ab sofort in verschiedenen Varianten/Ausstattungs Paketen ab 448 Euro (UVP) erhältlich.

Firmware-Update für die Fujifilm GFX100

Fujifilm hat die Firmware-Version 3.00 für die GFX100 angekündigt. Damit erweitert sich der Funktionsumfang des Flaggschiffmodells der GFX Serie um die „Pixel Shift Multi-Shot“-



Funktion, die ultra-hochauflösende Bilder mit bis zu 400 Megapixeln ermöglicht. Die dafür erforderlichen Rohdaten werden über 16 Einzelbelichtungen generiert, die mit Hilfe der ab sofort verfügbaren Software Fujifilm Pixel Shift Combiner zusammengefügt werden. Für einen einfachen Workflow können die Rohdaten per Tethered-Shooting-Option automatisch von der Kamera an den Rechner übermittelt werden.

Mit der „Pixel Shift Multi-Shot“-Funktion nimmt die Kamera nacheinander 16 hochauflösende Bilder im Rohdatenformat auf, wobei der Bildsensor nach jeder Belichtung verschoben wird. Die so entstehenden Einzelfotos lassen sich mit der Pixel Shift Combiner Software zu einer einzelnen Bilddatei mit einer Auflösung von bis zu 400 Megapixeln zusammenfügen und zur weiteren Verarbeitung als Rohdatei im offenen Digital-Negative-Format (DNG) ausgeben. DNG-Dateien können in Bildbearbeitungsprogrammen wie Capture One2 oder vergleichbaren Anwendungen beliebig editiert werden.

Die „Pixel Shift Multi-Shot“-Funktion ermöglicht nach Angaben von Fujifilm eine exzellente Bildqualität, da jedes einzelne Pixel durch die Sensorbewegung Bilddaten in den Grundfarben Rot, Grün und Blau aufnimmt. Daraus resultiert ein besonders hohes Maß an Farb- und Detailgenauigkeit. Selbst in feinsten Einzelheiten ist die bildliche Wiedergabe des Motivs nahezu vollständig fehlerfrei.

Vollformat-Filmkamera FX6 von Sony

Professionelle Videos

Mit der neuen Vollformatkamera FX6 hat Sony ein Aufnahmegerät für Profis vorgestellt, das als Teil der Cinema Line mit den wichtigsten Kerntechnologien des Herstellers ausgestattet und zudem mit den E-Mount-Objektiven kompatibel ist. So kombiniert das neue Modell Merkmale der bekannten Kinokamera Venice von Sony mit praktischen Funktionen der spiegellosen Alpha Systemkameras.

Die Aufnahme erfolgt mit einem rückseitig belichteten 10,2 MP Exmor R Vollformat-CMOS-Sensor, der nach Angaben von Sony einen Dynamikumfang von mehr als 15 Blendenstufen und eine Lichtempfindlichkeit bietet, die vom Basis-Wert ISO 800 auf ISO 12.800 erweitert werden und maximal ISO 409.600 erreichen kann. Damit unterstützt die FX6 XAVC All Intra 10-Bit-Aufnahmen mit 4:2:2-Farbsampling in DCI 4K (4.096 x 2.160 bis zu 60p), 4K UHD (3.840 x 2.160 bis zu 120p) und Full HD (1.920 x 1.080 bis zu 240p). Werden kleinere Dateien benötigt, kann die Kamera auch Filme im XAVC Long GOP-Format aufnehmen. Dann sind Aufnahmen in 4K UHD (3.840 x 2.160 bis zu 120p) mit 8-Bit und 4:2:0-Farbsampling sowie Full

Die neue FX6 erweitert die bislang aus der Kinokamera Venice und der professionellen FX9 bestehende Cinema Line von Sony um ein kompaktes Modell mit breitem Leistungsspektrum.

HD-Aufnahmen (1.920 x 1.080 bis zu 240p) mit 10-Bit und 4:2:2 möglich. Da die FX6 mit dem von der neuen Sony Alpha 7S III bekannten Bionz XR Bildprozessor ausgestattet ist, verarbeitet sie die Bilddaten bis zu viermal schneller als die FS5 II.

Dank ihrer Verwandtschaft mit der Kinokamera Venice ermöglicht die FX6 professionelle Farbabstimmungen einschließlich S-Cinetone für eine reichhaltigere Farbwiedergabe, S-Log3, S-Gamut3 und S-Gamut3.Cine für Flexibilität bei der Postproduktion. Die cineastische Farbverarbeitung erhält laut Sony den gesamten Dynamikbereich des Sensors, um Ergebnisse zu erzielen, die an die anderer Modelle der Cinema Line heranreichen. Mit dem schnellen Hybrid-Autofokus, der 627-Punkt-AF-Phasendetektion,



Gesichtserkennung und Echtzeit-Augen-Autofokus auch bei hohen Bildfrequenzen kann die FX6 Motive, die sich schnell bewegen, für Zeitlupenaufnahmen präzise im Fokus halten. Das funktioniert mit mehr als 50 E-Mount-Objektiven. Darüber hinaus ist die neue FX6 mit einem internen, elektronisch verstellbaren ND-Filter ausgestattet, der



Der 3,5-Zoll große LCD-Sucher kann an mehreren Stellen des Kameragehäuses oder Zubehörteilen angebracht werden.

entweder automatisch gesteuert oder manuell in Schritten von 1/4 bis 1/128 angepasst werden kann.

Mobil und komfortabel

Das robuste Gehäuse der FX6 besteht aus einer Magnesiumlegierung, misst 116 x 153 x 114 Millimeter und wiegt lediglich 0,89 Kilogramm. Es lässt sich leicht mit Griffen und Suchern kombinieren oder an Gimbals und Drohnen befestigen. Der 3,5-Zoll große LCD-Sucher der FX6 kann an mehreren Stellen des Kameragehäuses angebracht werden, um Flexibilität und eine einfache Menüsteuerung mit Touch-Bedienung zu ermöglichen. Einstellungen für häufig verwendete Funktionen wie Codec, Scanmodus, Bildgröße und Bildfrequenz, Basis-ISO-Wert/Empfindlichkeit, Aufnahmemodus und Audiopegel können in einem Schnellzugriffsmenü durch einmaliges Antippen geändert werden.

Filme auf Profi-Niveau

Für professionelle Arbeitsabläufe bietet die FX6 12G-SDI mit 16-Bit-RAW-Ausgabe, HDMI Ausgang, Timecode, integriertes WiFi und Vierkanal-Audioaufzeichnung über XLR-Schnittstelle,

Multi-Zubehörschuh und integriertes Stereo-Mikrofon). Darüber hinaus hat die Kamera zwei Mediensteckplätze, die nicht nur für SDXC-Karten der Geschwindigkeitsklassen UHS-I und UHS-II, sondern auch für CFexpress-Karten Typ A8 verwendet werden können.

Eine besonders schnelle und komfortable Bearbeitung der Aufnahmen ist mit der Software Catalyst Browse/Prepare⁹ von Sony möglich, in welche die Bildstabilisierungs-Metadaten der FX6 importiert werden können, um handgeführte Aufnahmen in ruhige Bildsequenzen zu verwandeln. Für das schnelle Filtern und Auffinden bevorzugter Aufnahmen mit Catalyst Browse/Prepare gibt es eine spezielle Clip-Flag-Taste. Mit Hilfe der Metadaten kann die Software auch Sequenzen in der korrekten Position zeigen, bei deren Aufnahme die FX6 gedreht wurde. Mit der Content Browser Mobile App von Sony lassen sich Fokus, Blende und Zoom auch aus der Ferne überwachen und steuern.

Die Vollformatkamera FX6 (ILME-FX6V) von Sony ist ab Dezember 2020 für 6.380 Euro (UVP) erhältlich.

Studie über digitale Trends im Einzelhandel

Die Digitalstrategieberater von diconium haben in Zusammenarbeit mit Kodak Moments, dem Spezialisten für den Sofortdruck von Foto-Produkten, den New Retail Report 2020 erstellt. Der Praxisbericht mit dem Titel „The Next Normal – Wie



sich der stationäre Handel in einer Welt von Unsicherheiten entwickelt“ will mit anschaulichen Praxisbeispielen zeigen, wie

aktive Händler aktuelle Herausforderungen wie die Digitalisierung, die veränderten Kundenansprüche sowie die Zeit während und nach der Corona-Krise meistern können. „Wir freuen uns, in einer so herausfordernden Zeit als Branchenexperte und Partner unseren Beitrag für den stationären Handel im New Retail Report leisten zu können“, erklärte Helena Babic, Geschäftsführerin bei der Kodak Alaris Germany GmbH. „Wir wissen, dass Trends wie Digitalisierung, Künstliche Intelligenz und emotionales Shop-Design immer wichtiger werden. Daher investieren wir in zukunftsweisende Technologien und Konzepte, die den Veränderungen im Handel gerecht werden und die Consumer Experience im Laden weg von der reinen Transaktion hin zu einem nachhaltigen Erlebnis für den Kunden machen.“

Das Team von diconium hat sich intensiv mit verschiedenen Branchenexperten, Trendinstituten und innovativen Machern ausgetauscht und kritische Faktoren identifiziert, die dem stationären Handel dabei helfen können, sich für die Zukunft fit zu machen. Die „neue Normalität“ bietet Händlern die Möglichkeit, Strategien zu entwickeln, um mit einem Umfeld Schritt zu halten, das sich ständig verändert.



Die FX6 kann leicht in professionelle Umgebungen für die Nachbearbeitung integriert werden.

Der Bildermarkt im Corona-Jahr

Robust mit Chancen

Wie so viele andere Veranstaltungen fanden auch die diesjährige Mitgliederversammlung des Bundesverbandes der Großlaboratorien (BGL) sowie die traditionelle Pressekonferenz virtuell statt. Dabei zeigte sich der deutsche Bildermarkt trotz der Krise in robuster Verfassung. Denn viele Menschen haben die zusätzlich zu Hause verbrachte Zeit dazu genutzt, sich mit ihren Fotos zu beschäftigen. Das hat vor allem die Nachfrage nach Fotobüchern belebt.

„Corona ist doof“, fasste der BGL-Vorsitzende Dr. Christian Friege (Cewel) die Situation zusammen. „Aber im Fotofinishing kommen wir ganz ordentlich mit der Situation zurecht.“ Corona, so Friege weiter, habe den Trend zu haptischen Erinnerungen verstärkt. „Die Kunden wollen gerade in einer Zeit, in der sie noch mehr TV, Video und virtuelle Medien konsumieren, nicht alles digital haben.“ Ein physisches Produkt selbst zu gestalten, passe zum Trend des Cocooning, bei dem die Menschen es sich zu Hause gemütlich machen, erklärte Friege.

So viele Fotobücher wie nie

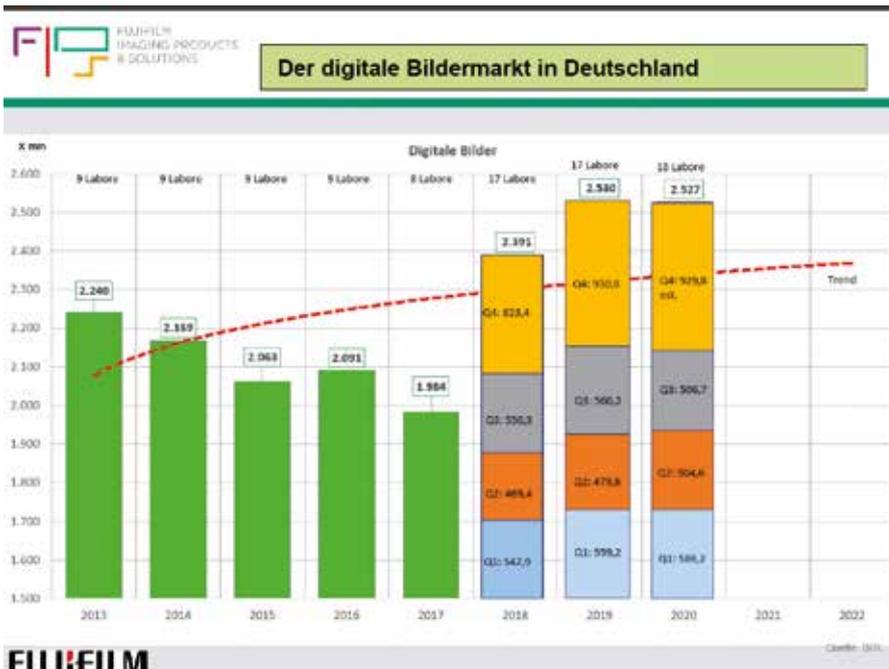
Diese Trends spiegeln sich auch in den Zahlen wider, die BGL-Vorstandsmitglied Dr. Antoon Nuiten (Fujifilm) prä-

sentierte. Zwar rechnet der Verband auf der Basis der ersten drei Quartale in seinen Betrieben für das Gesamtjahr mit einem stabilen Volumen von gut 2,5 Milliarden verarbeiteten Bildern; diese werden aber zur Gestaltung von immer mehr wertschöpfungsstarken Bildprodukten genutzt.

Dabei bleiben Fotobücher in der Gunst der Konsumenten ganz vorn. 9,62 Millionen Stück sollen es nach Einschätzung des BGL in diesem Jahr in Deutschland werden, das wären 7 Prozent mehr als 2019. Dabei zeigen sich die Durchschnittspreise erstaunlich stabil: Zwar dürfte der Auftragswert 2020 von 33,68 Euro im Vorjahr auf 32,92 Euro sinken, nicht wegen allgemeinem Preisverfall, sondern deshalb, weil aufgrund der vielen ausgefallenen Reisen die Umfänge leicht zurückgehen.

Auch außerhalb Deutschlands zeigt sich eine ähnliche Entwicklung. In Westeuropa, mit den Märkten Benelux, Deutschland, Frankreich, Italien, Spanien und dem Vereinigten Königreich, steigt der Absatz in diesem Jahr um 7,6 Prozent auf 23,7 Millionen Fotobücher; der Durchschnittspreis liegt mit 30,93 Euro leicht unter dem des Vorjahres, als die Konsumenten im Schnitt 32,30 Euro für ihr Fotobuch ausgaben.

Bei den Absatzkanälen zeigen sich in Deutschland ebenfalls Verschiebungen, die zum Teil durch die Corona-Maßnahmen beschleunigt werden: Die Zahl der direkt im Geschäft produzierten Fotobücher ging um 34,4 Prozent auf 0,3 Millionen zurück. Hier wirkten sich die behördlich angeordneten Schlie-



Die Gesamtzahl der in den Betrieben verarbeiteten Fotos soll nach Einschätzung des BGL in diesem Jahr praktisch konstant bleiben.



Keine BGL Pressekonferenz ohne ein Foto des Vorstands. Diese Regel konnten wir in diesem Jahr Corona-bedingt leider nicht erfüllen, da aber 2020 keine Neuwahlen anstanden, greifen wir auf das Bild von 2019 zurück: v. l. Geschäftsführer Michael Grütering, Dr. Christian Friege (Cewe, Vorsitzender), Marlene Kittel (Happy Foto GmbH), Monika Sommerfeld (allcop), Peter Warns (ORWO net), Dr. Antoon Nuiten (Fujifilm) und Marc Heinze (Thiele Foto-Laborbetriebe).

auch einige Nischenprodukte Corona-bedingt zu. So haben offensichtlich viele Kunden die Langeweile zu Hause mit Puzzle- und Memo-Spielen bekämpft.

Weiter mit Zuversicht

Auch für die kommenden Jahre rechnet der BGL mit einer positiven Entwicklung des Bildermarktes. Das gelte ausdrücklich auch für das laufende Weihnachtsgeschäft, betonte Friege und nannte vier Gründe für seine Zuversicht: „1. Weihnachten findet statt, 2. Man kann nicht ausgehen und hat deshalb Zeit Fotoprodukte zu gestalten, 3. Es fehlen Begegnungen, die man durch Fotos ersetzen muss, und 4. Der Trend zu individuellen, selbstgestalteten Produkten ist ungebrochen.“ Vor diesem Hintergrund sind die Betriebe des BGL zuversichtlich, nicht nur Umsatz zu erzielen, sondern auch die Mittel zu erwirtschaften, die für Investitionen in Zukunfts-Technologien gebraucht werden.

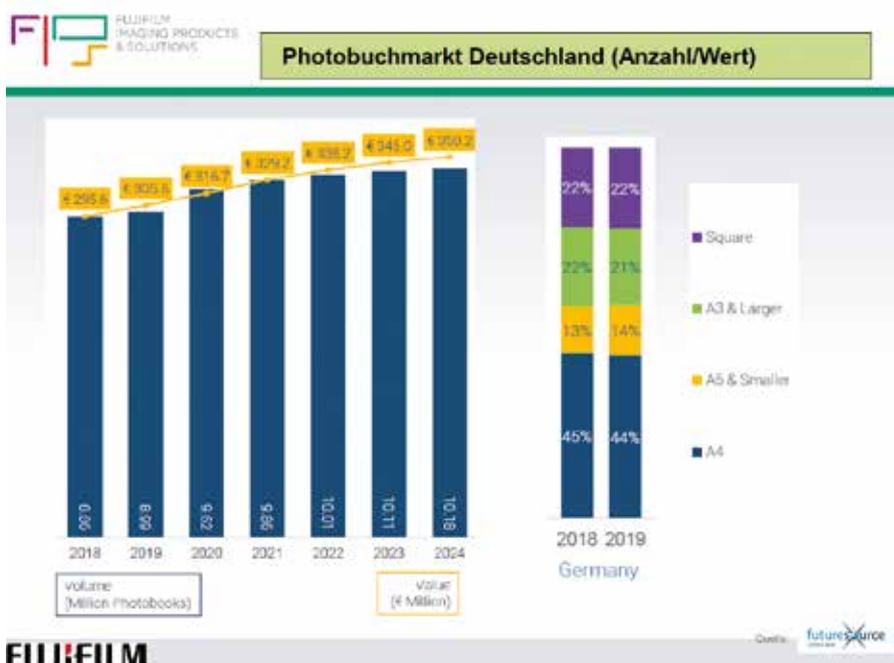
lungen wohl ebenso aus wie der generelle Trend zum Online-Kauf. Die Menge der über das Internet bestellten und direkt zu den Kunden gelieferten Fotobücher stieg um 16,7 Prozent auf 7,32 Millionen Stück, während die Zahl der über den Einzelhandel ausgelieferten Online-Bestellungen um 11,6 Prozent auf 2 Millionen Fotobücher abnahm.

Wachstum bei Fotoprodukten

Auch weitere Fotoprodukte zeigten im Corona-Jahr eine positive Entwicklung. Das gilt besonders für Wandbilder, deren Menge in Deutschland um 7,4 Prozent auf 5,8 Millionen Stück zulegte. Auch hier sank der Durchschnittspreis nur leicht von 23,88 Euro im Jahr 2019 auf 23,10 Euro.

Erfreulich entwickelte sich auch die Nachfrage nach Fotokalendern. Hier rechnet der BGL für 2020 mit einem Plus von 6,25 Prozent auf 6,8 Millionen Stück, bei einem praktisch stabilen Durchschnittspreis von 12,65 Euro (2019: 12,81 Euro). Mit einem

Gesamtumsatz von 363 Millionen Euro (Plus 5,8 Prozent) übertreffen Fotoprodukte (Poster, Fotogeschenke, Karten, Kalender und Wandbilder) das mit Fotobüchern erzielte Volumen von 316,75 Millionen Euro. Neben Fotogeschenken und Wandbildern legten bei den Fotoprodukten



FUJIFILM

Die Nachfrage nach Fotobüchern legte 2020 deutlich zu und soll nach Einschätzung des BGL auch in den kommenden Jahren wachsen.

Cewe mit leichtem Ergebnisvorsprung nach drei

Weiter gut unterwegs

Dank seines robusten Kerngeschäftsbereichs Foto-finishing hat der Bild- und Druckdienstleister Cewe in den ersten drei Quartalen 2020 einen leichten Ergebniszuwachs gegenüber dem Vorjahreszeitraum erzielt. Zwar sank der Umsatz wegen Corona-bedingter Rückgänge im Einzelhandel und im kommerziellen Online-Druck um 3,3 Prozent auf 413,3 Mio. Euro, dabei verbesserte sich das operative Ergebnis (EBIT) aber um 1,4 Mio. Euro auf -0,6 Mio. Euro. Auf das wichtige Weihnachtsgeschäft mit persönlichen Foto-geschenken sieht sich Cewe bestens vorbereitet: Die Weihnachtskampagne „Mein ganz persönliches Geschenk“ ist bereits angelaufen.

Während der anhaltenden Corona-Situation verzeichnete das Kerngeschäftsfeld Fotofinishing in den ersten drei Quartalen 2020 ein Umsatzplus von 5,9 Prozent auf 335,7 Mio. Euro. Dabei wirkte sich der erste Lockdown trotz der Schließung zahlreicher Einzelhandelsgeschäfte im April und Mai 2020 sogar positiv



Bei Cewe ist man überzeugt, dass auch das besondere Jahr 2020 für viele Menschen schöne Momente gebracht hat, die es wert sind, in einem Cewe Fotobuch festgehalten (und verschenkt) zu werden.

aus. Zwar wurde der Sofortdruck am PoS von der reduzierten Besucherfrequenz beeinträchtigt, beim Online-Fotofinishing-Geschäft führte der Stay-at-home-Effekt jedoch zu



Cewe CEO Dr. Christian Friege: „Uns stimmt zuversichtlich, dass sich unsere hochwertigen Fotoprodukte seit längerem als individuelle und persönliche Weihnachtsgeschenke etabliert haben.“

einem guten Auftragseingang. Im dritten Quartal verzeichnete Cewe dagegen wegen des veränderten Urlaubsreiseverhaltens weniger Fotoaufträge. Entsprechend ging der Umsatz des Geschäftsbereichs in den Monaten Juli bis September um knapp fünf Prozent auf 110,4 Mio. Euro zurück. Der Umsatz pro Foto legte in den ersten neun Monaten um mehr als 10 Prozent auf 23,18 Eurocent zu. Das EBIT des Geschäftsfeldes stieg dabei um starke 6,0 Mio. Euro auf 8,6 Mio. Euro. Auch das bereits im März initiierte Kostensenkungsprogramm habe neben zusätzlichen Deckungsbeiträgen aus dem gestiegenen Umsatz das Ergebnis im Vergleich zum Vorjahr verbessert, erklärte das Unternehmen.

Druck unter Druck

Der Geschäftsbereich Kommerzieller Online-Druck wurde von den Maß-

Quartalen

nahmen zur Bekämpfung der Pandemie besonders heftig getroffen: Der Umsatz ging in den ersten drei Quartalen 2020 um 35,0 Prozent auf 48,8 Mio. Euro zurück. Ein intensives Kostenmanagement hielt die Auswirkungen dieser heftigen Einbußen aber einigermaßen in Grenzen: Das operative Ergebnis (EBIT) verschlechterte sich um 2,7 Mio. Euro im Vorjahr auf -5,0 Mio. Euro (EBIT Q1-3 2019: -2,3 Mio. Euro). „Wir sind davon überzeugt, dass wir mit unserem bereits zum Ende des ersten Halbjahres gestrafften Markenportfolio sowie der nachhaltig optimierten Kostenstruktur gestärkt aus der Krise hervorgehen werden“, erklärte Cewe CEO Dr. Christian Friege. Die zu Jahresbeginn eingeleitete Integration der Berliner Laserline-Produktion in den Dresdner Standort von Saxoprint wurde bereits umgesetzt.

Im Einzelhandel führten die vorübergehenden Ladenschließungen während des ersten Lockdowns zu einem Umsatzrückgang um 23 Prozent auf 24,0 Mio. Euro in den ersten neun Monaten 2020. Aufgrund der bereits im ersten Halbjahr eingeleiteten Maßnahmen und gebuchten Rückstellungen für Ladenschließungen sowie Vorratsabschreibungen von zusammen 3,2 Mio. Euro liegt das berichtete EBIT bei -3,7 Mio. Euro (Q1-3 2019: -0,8 Mio. Euro). Ohne diese Sonderbuchungen habe sich der Einzelhandel operativ mit einem Ergebnis von -0,5 Mio. Euro in den ersten neun Monaten sogar leicht besser als im Vorjahr entwickelt, betonte Cewe. Auch dieser Geschäftsbereich erzielt sein Jahresergebnis traditionell im vierten Quartal des Kalenderjahres. Wie die Pandemie konkret die

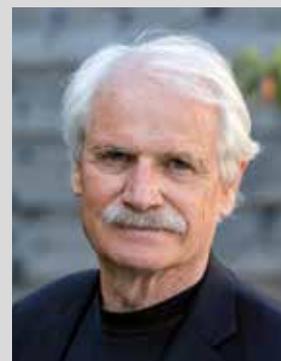
Fortsetzung auf Seite 26

Viele Einsendungen beim Cewe Photo Award

Die aktuelle Runde des Cewe Photo Awards ist bei Hobby- und Profifotografen außerordentlich beliebt: Bisher wurden knapp 160.000 Fotos aus zahlreichen Ländern in zehn verschiedenen Kategorien unter dem Motto „Our world is beautiful“ eingereicht. Damit liegen die Zahlen über dem Niveau im vergleichbaren Zeitraum der vorigen Ausschreibung, in welcher der Cewe Photo Award bereits zum weltgrößten Fotowettbewerb avancierte. Und sie werden noch deutlich zulegen, denn Einsendungen sind bis Ende Mai 2021 möglich.

Die hohe Zahl der Einsendungen wird die Jury des Cewe Photo Awards vor große Herausforderungen stellen. Den Vorsitz hat erneut der weltbekannte Fotograf Yann Arthus-Bertrand übernommen, der u. a. durch seine spektakulären Luftbildaufnahmen und sein Buch „Die Erde von oben“ bekannt wurde. Er wird von vier weiteren renommierten Fotografen unterstützt: Schon seit der letzten Runde eng mit dem Cewe Photo Award verbunden ist die Britin Christie Goodwin, offizielle Fotografin der Royal Albert Hall sowie Tour- und Portraitfotografin von Künstlern wie Ed Sheeran und Paul McCartney. In ganz andere Bereiche dringt Ulla Lohmann aus Deutschland vor: Sie ist unter anderem für GEO, National Geographic und BBC unterwegs und unternahm als erste Frau der Welt eine wissenschaftliche Expedition ins Innere eines aktiven Vulkans. Der mehrfach international ausgezeichnete Tscheche Martin Rak hat sich dagegen auf Landschaftsfotografie spezialisiert. Ebenfalls zur Jury gehört Kai Pfaffenbach, Chief Photographer bei der Nachrichtenagentur Reuter. Zu seinen Aufnahmen gehört z. B. das bekannte Foto des Tors von Mario Götze, mit dem Deutschland 2014 die Fußball-Weltmeisterschaft gewann. 2020 erhielt Pfaffenbach gemeinsam mit weiteren Reuters-Fotografinnen und -Fotografen den Pulitzerpreis für die Berichterstattung zu

Den Vorsitz des Jury des Cewe Photo Awards hat erneut der weltbekannte Fotograf Yann Arthus-Bertrand übernommen.



den Ereignissen in Hongkong. Komplettiert wird die Jury durch Petra Horn aus dem Vorstand der SOS-Kinderdörfer weltweit und Dr. Christian Friege, Vorstandsvorsitzender bei Cewe.

Die SOS-Kinderdörfer sind bereits seit 2013 eng mit Cewe verbunden und seit dem letzten Cewe Photo Award Partner des internationalen Fotowettbewerbs. Für jedes eingereichte Foto spendet Cewe 10 Cent an SOS-Kinderdörfer in aller Welt. Nach dem Abschluss des Wettbewerbs soll das Geld in ein Bildungsprojekt in Haiti fließen. Dort gibt es auf dem Gelände des SOS-Kinderdorfes Santo seit 1984 eine Grund- und Sekundarschule, die seit dem Erdbeben im Jahr 2010 völlig überlastet war und darum im Oktober 2012 um einen weiteren Schulkomplex ergänzt wurde. Neben Klassenräumen, Computerklassen, Laboren und einer Bücherei gehört auch ein Lehrerbildungszentrum zu Einrichtung, die von über 1.000 Schülerinnen und Schüler besucht wird.

In den letzten Jahren hat sich der Cewe Photo Award zu einem festen Bestandteil in der internationalen Fotokultur entwickelt. Bereits zum dritten Mal in Folge unterstützen der Deutsche Verband für Fotografie und der Österreichische Verband der Fotografie mit Patronaten den Wettbewerb. Für die laufende Ausschreibung sind die Fotografieverbände aus Dänemark, Italien, Kroatien, Norwegen, Rumänien, Slowakei, Slowenien, Schweden, Tschechien und Ungarn hinzugekommen.

Fortsetzung von Seite 25

Geschäftsentwicklung von Cewe im Weihnachtsquartal 2020 beeinflussen wird, ist noch unklar. „Eine seriöse Prognose der Ergebnisse des vierten Quartals ist in diesem Ausnahme-Jahr nicht möglich“, sagte Friege. „Uns stimmt aber zuversichtlich, dass sich unsere hochwertigen Fotoprodukte seit längerem als individuelle und persönliche Weihnachtsgeschenke etabliert haben und wir mit einer sehr breiten Produktpalette aufwarten können.“ Zudem soll die im November europaweit im TV, in Zeitschriften, Online und vielen weiteren Medien angelaufene Weihnachtscampagne „Mein ganz persönliches Geschenk“ für Nachfrage sorgen. Der Verkauf des Flaggschiffprodukts Cewe Fotobuch sowie der Absatz von Fotokalendern und weiteren Fotogeschenken ist bei Cewe traditionell entscheidend für das Jahresergebnis.

Solides Fundament

Dass das Oldenburger Unternehmen trotz der generell schwierigen Wirtschaftslage sehr solide aufgestellt ist, zeigt sich an der Eigenkapitalquote, die zum Ende des dritten Quartals auf 53,2 Prozent anstieg (30.9.2019: 46,1 Prozent). Weiter positiv entwickelte sich auch die Rentabilität des eingesetzten Kapitals: Der Return on Capital Employed (ROCE) verbesserte sich zum 30. September 2020 gegenüber dem Vorjahr noch einmal leicht um 0,1 Prozentpunkte auf nun 15,4 Prozent. „Gerade in turbulenten Zeiten ist es wichtig, sich auf ein solides, tragfähiges Fundament verlassen zu können“, erklärte Finanzvorstand Dr. Olaf Holzkämper. „Unser vorausschauendes Arbeiten lässt es zu, dass wir unsere Geschäfte auch in Pandemie-Zeiten weiterentwickeln. Cewe ist weiterhin äußerst solide aufgestellt.“

Cewe Fotostation mit neuen Funktionen

Cewe hat damit begonnen, die nächste Generation seiner Cewe Fotostation für Einzelhändler auszuliefern. An den Terminals können die Kunden ihre Sofortfotos in vielen Formaten und Designs auf hochwertigem Fotopapier ausdrucken. Die neue Generation bietet nicht nur ein moderneres Erscheinungsbild und verbesserte Funktionen, sondern ist auch mit einem QR-/Barcode-Scanner ausgestattet, der auch kontaktloses Drucken ermöglicht. So können die Kunden ihre Fotos direkt vom eigenen Smartphone drucken, ohne den Bildschirm der Fotostation berühren zu müssen. Dazu scannen sie mit ihrem Mobilgerät einfach einen QR-Code, der auf dem Monitor des Kiosks erscheint. Dann können sie die Bilder auf ihrem Gerät auswählen und den Druck kontaktlos starten. Mit diesem Feature reagiert Cewe auch auf die besonderen Anforderungen während der Corona-Krise.

Die eingebauten Scanner der neuen Cewe Fotostationen machen die Bedienung besonders einfach: Wer über die Cewe Fotowelt App seine Bestellung schon vorbereitet und einen QR-Code erhalten hat, kann den Druck im Geschäft direkt über den Scanner starten. Das funktioniert auch für Zubehörprodukte, wenn diese vom jeweiligen Handelspartner angeboten werden. So kann man z. B. die EAN-Codes von Foto Bilderrahmen abrufen und an der Fotostation scannen. Dann wird das passende Produkt angezeigt und der dazugehörige Editor gestartet.

Die Bilddaten können über physische Medien wie Speicherkarten und USB-Sticks, Kabel für Android- und Apple-Geräte oder drahtlos übertragen werden – und zwar per Bluetooth, AirPrint für Apple-Geräte sowie Huawei Share.



Wenn man den QR-Code auf der Cewe Fotostation scannt, kann man den Druck völlig kontaktlos direkt vom eigenen Smartphone aus starten.



Die neue Cewe Fotostation nimmt Bilddaten über physische Verbindungen oder drahtlos entgegen und kann auch komplett berührungslos bedient werden.

Photoindustrie-Verband (PIV) sieht auch Positives

Fachhandel relativ stark

Anders als die Unterhaltungselektronik, die sich in diesem Jahr überraschend starker Nachfrage erfreute, wurde das Geschäft mit Foto-Produkten von der Corona-Krise hart getroffen. Vor allem die Reisebeschränkungen nahmen offensichtlich vielen Konsumenten die Lust auf eine neue Kamera. Seit September zeigt sich die Situation etwas freundlicher. Der Photoindustrie-Verband (PIV) hat in seiner jüngsten Analyse sogar Wachstumssegmente entdeckt.

Die waren im Home Electronics Market Index (Hemix), der regelmäßig von der GfK Consumer & Home Electronics sowie GfK Retail and Technology erhoben und in Kooperation mit dem Bundesverband Technik des Einzelhandels (BVT) veröffentlicht wird, in den ersten neun Monaten noch nicht wirklich zu erkennen: Die Kameraverkäufe brachen in den ersten drei Quartalen um 33,4 Prozent auf nur noch 0,775 Mio. Stück ein; da der Durchschnittspreis um 8,7 Prozent auf 526 Euro stieg, sank der Umsatz „nur“ um 27,6 Prozent auf 408 Mio. Euro. Bei den Objektiven schrumpfte der Absatz um 19,2 Prozent auf 0,4 Mio Stück, der Umsatz verringerte sich um 14,3 Prozent auf 242 Mio. Euro.

Ähnlich verzeichnete auch der PIV gemeinsam mit der GfK für den

Gesamtmarkt Foto im dritten Quartal 2020 ein Umsatzminus von 12,3 Prozent bei einem Absatzrückgang von 19,2 Prozent. Dabei habe es aber steigende Absätze in den Bereichen Vlogging und Smart Work gegeben, erklärte der Verband, der für den Monat September sogar eine leichte Erholung mit (im Vergleich zum Vorjahresmonat) deutlichen Wachstumsraten in einzelnen Segmenten wahrnimmt. So legten Drohnen um 80,4 Prozent beim Absatz und um 62,9 Prozent beim Umsatz zu. Auch traditionelle Camcorder verzeichnen aufgrund hochpreisiger Modelle einen Umsatzanstieg von 7,7 Prozent (Prozent/Umsatz). Die Märkte für kompakte Systemkameras und Objektive erholen sich langsam: Der Umsatz in diesem Segment wuchs um 4,3 Prozent, der Absatz um 2,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahresmonat. Auch die Bereiche Vlogging und Smart Work, also Kompaktkameras und Stativ, sowie Zubehör im Sektor Ton und Licht, verzeichnen – begünstigt durch Homeschooling und -office – eine positive Entwicklung. Bemerkenswert sei die insgesamt überdurchschnittliche Entwicklung eines Vertriebskanals, betonte der PIV: Der Umsatz im Fotofachhandel ist im September 2020 um 15,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahresmonat gewachsen.

Lieferprobleme und Investitionszurückhaltung

Die neuesten Zahlen machen dem PIV Hoffnung, dass die Branche die schlimmsten Corona-Effekte hinter sich hat. Denn die Absage von Fotoevents und Messen hat nach Einschätzung

des Verbandes zunächst dazu geführt, dass die Industrie Innovationen und Produkteinführungen zurückgestellt hat. Durch die teilweise Unterbrechung von Lieferketten in den Produktionsländern sei es auch zu Verzögerungen bei der Auslieferung bereits bestellter Produkte gekommen, heißt es in einer Pressemitteilung. Zudem hätten Berufsfotografen wegen entgangener Einnahmen deutlich weniger in ihre Ausrüstung investiert. Diese aktuell fehlenden Umsätze sind nach Ansicht des PIV nicht verloren, sondern verschieben sich voraussichtlich ins nächste Jahr.

Hoffnung auf Weihnachten

Auch für das Weihnachtsgeschäft verbreitet der PIV Zuversicht: So könnten Cashback- und Rabattaktionen im vierten Quartal noch zu einem unter diesen Umständen zufriedenstellenden Jahresabschluss 2020 führen, erklärte der Verband. Für das Gesamtjahr prognostiziert die GfK in den beobachteten Produktwarengruppen darum lediglich einen Umsatzrückgang im Bereich von sieben bis neun Prozent.

„Die Imaging-Branche darf trotz Corona auf einen versöhnlichen Jahresabschluss hoffen“, kommentierte der PIV Vorstandsvorsitzende Kai Hillebrandt. „Damit lassen sich die bis zum Herbst entstandenen Defizite hoffentlich ausgleichen. Besonders der Bereich Fotofinishing profitiert vom Social Distancing, denn der Wunsch, Emotionen und Nähe in Print-Fotoprodukten auszudrücken, ist größer denn je.“

Die neue Leica Q2 Monochrom

Natives Schwarz-Weiß



Die neue Q2 Monochrom bringt einen neu entwickelten monochromen Vollformat-Sensor in die Leica Q-Reihe. Mit dem lichtstarken Objektiv Leica Summilux 1:1,7/28 mm ASPH., schnellem, präzisiertem Autofokus und dem hochauflösenden OLED-Sucher führt die neue Kamera die Leistungsmerkmale in der Schwarzweiß-Fotografie weiter.

Der exklusiv entwickelte 47,3 Megapixel-Vollformat-Schwarzweiß-Sensor der Leica Q2 Monochrom kann auch 4K-Videos aufzeichnen. Eine Lichtempfindlichkeit bis zu ISO 100.000 ermöglicht in Verbindung mit dem lichtstarken Objektiv detailreiche Bilder auch bei wenig Licht. Dabei können die Anwender automatisch oder manuell fokussieren und direkt

am Objektiv in den Makromodus mit einer Naheinstellungsgrenze von 17cm wechseln.

Die hohe Auflösung des Sensors macht digitales Zoomen bis zum Äquivalent einer 75mm Brennweite bei exzellenter Bildqualität möglich. Der Bildausschnitt kann in Brennweiten-Stufen von 28, 35, 50 oder 75 Millimeter gewählt werden und wird sowohl im Sucher also auch auf dem Monitor durch Leuchtrahmen angezeigt. Dabei ergeben sich Auflösungen von 47,3 (28 mm), 30 (35 mm), 14,7 (50 mm) oder 6,6 Megapixeln (75 mm). Das DNG wird dabei immer als Gesamtbild in der vollen Auflösung von 47,3 Megapixel gespeichert.

Brillanter Sucher

Die Leica Q2 Monochrom ist mit einem 3,68 Megapixel OLED-Sucher ausgestattet, in dem die Helligkeit jedes einzelnen Bildpunktes angepasst wird; bei LCDs können dagegen nur Bildbereiche verdunkelt werden.

Der Autofokus stellt laut Leica in weniger als 0,15 Sekunden scharf, bei Serienbildern kommt die Kamera auf 10 Fotos/s bei voller Auflösung.

Im Vergleich zur Leica Q2 wurde die Menüstruktur verschlankt und an die Besonderheiten einer monochromen Kamera angepasst. So fehlen naturgemäß alle Farbeinstellungen für Bild- und Videoaufzeichnungen; dafür wurden lediglich die Einstellungen für die Tönung von Schwarzweiß-Aufnahmen (Blau, Sepia, Selen) ergänzt.

4K-Videos nimmt die Leica Q2 Monochrom mit 30 bzw. 24 Bildern/s auf, Full-HD-Videos mit 120, 60, 30 bzw. 24 Bildern/s. Dank des integrierten WiFi-Moduls lassen sich die Aufnahmen mit Hilfe der Leica Fotos App schnell in sozialen Netzwerken teilen.

Zudem kann man mit dem Smartphone auch Einstellungen vornehmen und die Kamera aus der Distanz auslösen. Über Bluetooth LE (Low Energy) ist eine permanente Verbindung von Kamera und Mobilgerät bei sehr geringem Stromverbrauch möglich.

Dem Namen Monochrom wird auch das Design des neuen Leica Q2 Modells gerecht: Bei dem belebten Gehäuse mit matt schwarzer Lackierung, grau und weiß ausgelegten Gravuren sowie Monochrom Schriftzug wurde auf das rote Leica Logo bewusst verzichtet. Wie die Leica Q2 ist auch die Q2 Monochrom nach IP 52 gegen das Eindringen von Staub- und Spritzwasser geschützt.

Die neue Leica ist ab sofort für 5.590 Euro (UVP) erhältlich.

Foto Guth & Hitec hat die Pforten geschlossen

Rückzug in den Ruhestand

Nur wenige Wochen nach dem 75jährigen Jubiläum von Foto Guth in Kappeln hat Manfred Guth Ende Oktober die Ladentür seines europafoto Fachgeschäfts für immer geschlossen. Gleichzeitig endete auch der Betrieb des ungewöhnlichen Modeladens „Manon – Mode in den Augen einer Fotografin“ von Manon Guth. Nach 45 Jahren als „Ehepaar im Einzelhandel“ steht jetzt für beide der Ruhestand an.

Im Gespräch mit *imaging+foto-contact* freut sich Manfred Guth, Jahrgang 1947, auf den neuen Lebensabschnitt, in dem es möglich sein wird, völlig unabhängig das Leben zu genießen: Freizeit, Familie, Enkel, Urlaub, Freunde, Kochen und Nichtstun...all das kam lange Zeit viel zu kurz. Ein Nachfolger für die Einzelhandelsaktivitäten hat sich nicht gefunden,

und so räumen die Guths ihren Platz, um anderen, z. B. den großen Internetshops, das Feld zu überlassen. „Stammkunden betrauern, dass wir nicht mehr da sind“, sagte Guth. „Auch Neukunden, die jetzt keinen Ansprechpartner vor Ort finden, werden uns vermissen.“

Der Rückzug, der Jahre nach Erreichen des „offiziellen“ Rentenalters erfolgt, hat seine Gründe nicht in der sinkenden Nachfrage nach Kameras. „Wir hatten immer viel Freude an diesem Geschäft und beste Erfolge“, betonte Guth. Auch heute noch erscheint dem Fachhändler sein Geschäftsmodell durchaus als lebensfähig: „Ein dominantes Fotogeschäft in der Region, das seit vielen Jahren auch Telekom-Produkte vermarktet und Mobilfunkgeräte ebenso gut verkauft wie Digitalradios, und das mit Druckerpatronen zeitweise mehr Umsatz gemacht hat als mit Filmen zu besten Zeiten, kann auch heute ganz sicher überleben, wenn man nicht nur herumreckert.“ Dennoch sei die zu erzielende Marge seit Jahren zu niedrig, sagte Guth. „Deswegen haben wir, bzw. meine Frau Manon,



Nehmen durchaus mit Wehmut Abschied, freuen sich aber auf den Ruhestand: Manon und Manfred Guth.

als zweites Bein früh den sehr erfolgreichen Modeladen aufgebaut – und zwar auf einer neu bebauten Fläche, die davor unser Rahmenladen mit Bildergalerie gewesen ist.“

Gute Beratung ist heute noch gefragt, weiß Guth, der viele Jahre mit großen Marken wie Sony, Olympus und Fujifilm gut zusammengearbeitet hat. Der beste Weg gehe „über stimmiges, nettes Personal, das kompetent sein muss und freundlich.“ So haben es nicht nur die vielen Stammkunden in Kappeln und Umgebung erlebt, sondern auch unzählige Urlauber, von denen viele über die Jahre auch zu Stammkunden geworden sind.

Der Letzte von über 50 Auszubildenden, die von Foto Guth aus den Weg in Branche fanden, macht gerade (vorzeitig) seine Prüfung an der LBS in Kiel und wechselt dann zum UIG Fachgeschäft Vico nach Kiel. Auch der Passfoto- und Bilder-Service überlebt die Schließung: Diese Dienstleistungen bietet der langjährige Guth-Mitarbeiter und Foto-Fachmann Jürgen Otto nun im KaWerk, dem Laden der Kappeler Werkstätten, an. In die Geschäftsräume von Mode Manon und Foto Guth & Hitec wird indessen eine moderne Apotheke einziehen.



Seit Ende Oktober ist europafoto Guth in Kappeln Geschichte.

Neuer Trockenschrank Jobo Mistral 3

Analog lebt

Mit dem Trend, dass die weltweite Nachfrage nach klassischen Filmen die aktuellen Fertigungskapazitäten übersteigt, gibt es auch wieder mehr Nachfrage nach Lösungen, mit denen sich die entwickelten Filme schnell, schonend und staubfrei trocknen lassen. Darauf antwortet der Analogspezialist Jobo mit dem Trockenschrank Mistral 3, einer Weiterentwicklung des bewährten, aber seit 15 Jahren nicht mehr erhältlichen Mistral 2.

Für die Neuauflage hat Jobo das Konzept des Vorgängers, eine staubgeschützte Trocknung mit präziser Temperaturreglung zur Schonung des Filmmaterials zu gewährleisten, weiter verbessert. Der Mistral 3 arbeitet wahlweise mit einer Temperatur von 35° oder 45°C, bietet aber auch die Möglichkeit, lediglich durch Belüftung mit Raumtemperatur zu trocknen. Die bewährten Trockenschächte mit Magnetbandverschluss erlauben eine schnelle und komfortable Handhabung, ohne dass die Negative geklemmt oder gar Kratzer hinterlassen werden. Das Erschei-

nungsbild des Motorkopfes wurde so verbessert, dass der auswechselbare Staubfilter nun unter einer eigenen Abdeckung verschwindet.

Der Mistral 3 ermöglicht einen rei-



Der Mistral 3 ist mit verschiedenen Trockenschächten für Kleinbild-, Roll- und Planfilme (Foto) erhältlich.

nungslosen Arbeitsablauf im Fotolabor. Die Filme werden an einem grobmaschigen Gitterrost aufgehängt, oder das Gerät wird mit einem optionalen, schlanken, knapp 2 m langen Trockenschacht betrieben, der Platz für bis zu 16 Kleinbildfilme oder 9 Rollfilme 120/220 bietet. Für die Verarbeitung von Großformat-Material ist ein breiterer und kürzerer Schacht für bis zu 24 Planfilme à 4x5, vier im Format 5x7" oder sechs in der Größe 8x10" erhältlich.

Wieder Filmclips

Da Jobo von vielen Kunden immer wieder nach den bewährten Filmclips gefragt wurde, hat das Unternehmen zur Einführung des Mistral 3 auch die Clips für 35mm Material und Rollfilm wieder aufgelegt. Sie gibt es in Rot zum Aufhängen und in Schwarz mit einem Gewicht für das untere Ende. Auch die kleinen Planfilm Clips sind jetzt wieder erhältlich und erlauben die sichere Fixierung des Materials mit einer Nadel. Je nach ausgewähltem Trockenschacht gehört ein Satz passender Filmclips zum Lieferumfang des Mistral 3.

Der Jobo Mistral 3 und die Filmclips sind ab sofort weltweit erhältlich. Das Jobo Mistral 3 Kit (wahlweise mit Planfilm- oder 35 mm-Schacht) kostet 649 Euro, der Trockenschacht ist einzeln für 249 Euro und der Motorkopf (als 230 V oder als 115 V Variante) für 449 Euro erhältlich. Die 35 mm Filmclips kosten als Satz 19,90 Euro, die Planfilm-Clips (6er-Pack) 39,90 Euro (alle Preise inkl. MwSt).

Ihre Vertragswerkstatt
für Foto-, Video-,
TV-, und HiFi-Geräte



Reparaturservice
Herbert Geissler GmbH

Lichtensteinstraße 75
72770 Reutlingen
+49 (0)7072 9297-0
info@geissler-service.de
www.geissler-service.de

Autorisierte Vertragswerkstatt

Canon
CPS.

Panasonic

Pioneer

SONY
Authorized Service Center

Sony Imaging
PRO
SUPPORT

TAMRON

Ankauf – Verkauf
gebrauchter Fotogeräte,
Minilabs und Laborgeräte.
Fotoservice Jungkunz

Tel. 0 89/6 51 99 75 • Fax 6 51 99 81
Mobil 01 71/2 68 83 30

Suche gebrauchte Minilabs

0048 604283868, Lowim@wp.pl

Sie sind Journalist?

Profitieren Sie von hervorragendem Service, Fachinformationen, qualifizierter Beratung, Presseausweis, wirksamem Engagement, Medienversorgung und zahlreichen weiteren Leistungen der Journalistenverbände.

Tel. 040 / 8 99 77 99
www.journalistenverbaende.de

Anzeigenschluss
für Kleinanzeigen im
imaging+foto-contact
Ausgabe 1-2/2021 ist der
15. Januar 2021.

Senden Sie uns einfach ein Fax an:

0 21 02/20 27 49 oder

eine E-Mail an: b.klombs@cat-verlag.de

Inserentenverzeichnis

Aktion Deutschland hilft	2. U.
Photo+Medienforum Kiel	12
Personal- und Kleinanzeigen	3. U.
Canon	4. U.

IMPRESSUM

imaging+foto-contact

Fachzeitschrift für die deutsche Foto- und Imagingbranche

C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH
Am Potekamp 20, 40885 Ratingen
Telefon: 0 21 02/20 27-31
Fax: 0 21 02/20 27-49
Online: <http://www.foto-contact.de>

Herausgeber:

C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH,
Geschäftsführer: Thomas Blömer, Martina Blömer

Redaktion:

Thomas Blömer (verantwortlich),
Barbara Klombs

Anzeigen:

Thomas Blömer (verantwortlich),
Barbara Klombs
Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 49 v. 1. Januar 2020

Gestaltung:

Susanne Blum

Vertrieb:

Barbara Klombs

Satz- und Repro:

C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH

Druck:

D+L Printpartner GmbH, Bocholt

Namentlich gekennzeichnete Berichte
geben nicht in jedem Fall die Meinung
der Redaktion wieder.

Für unverlangte Bilder und Manuskripte
wird keine Haftung übernommen.
Rückporto ist beizufügen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

Ratingen

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung
und Urhebervermerk.

Copyright by

C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen
für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise:

imaging+foto-contact erscheint

zum 1. des Monats,

außer am 1. Januar und am 1. Juli.

Der Abonnementspreis beträgt:

Inland: 39,90 € jährlich

Ausland: 60,00 € jährlich

Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 1430-1121



4 Sekunden ohne Stativ aus der Hand fotografiert

REIMAGINE STABILISATION

Mit der weltweit besten Bildstabilisierung von bis zu 8 Stufen* können mit den neuen Canon EOS R5 und EOS R6 gestochen scharfe Ergebnisse bei Belichtungszeiten bis 4 Sekunden aus der Hand erreicht werden.



EOS R5



EOS R6

Canon

Live for the story_

*Unter allen Digitalkameras mit Wechselobjektiv. Stand 9. Juli 2020 (Canon Untersuchung). Stufen basierend auf CIPA-Standard mit RF 24-105mm F4L IS USM bei 105mm. Je nach Kaufdatum ist es möglich, dass für das Objektiv eine Firmware-Aktualisierung erforderlich ist. Die Leistung der Bildstabilisierung der EOS R6 ist identisch mit der der EOS R5.